

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE COOPERATIVA MANOS ACTIVAS

JUAN MANUEL SINISTERRA CABRERA

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINSTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE COOPERATIVA MANOS
ACTIVAS**

JUAN MANUEL SINISTERRA

**Proyecto de emprendimiento para optar el título de
Administrador de Empresas**

**Director
CHRISTIAN BURBANO
Profesional en Mercadeo**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2012**

Nota de aceptación:

**Aprobado por el Comité de Grado
en cumplimiento de todos los
requisitos exigidos por la
Universidad Autónoma de
Occidente para optar al título de
Administrador de Empresas.**

JAIME CUERVO

Jurado

RAUL DOMINGUEZ

Jurado

Santiago de Cali, 30 de Octubre de 2011

A mis padres por todos los esfuerzos necesarios para darme las herramientas con las cuales triunfare en la vida.

A mis amigos y compañeros de trabajo los cuales fueron impulso para lograr los objetivos propuestos.

A mis jefes por permitir facilidades en tiempos requeridos para el desarrollo de las actividades universitarias.

A Dios por estar cerca de mí.

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto va dedicado a todas las personas que me apoyaron y contribuyeron para alcanzar el objetivo de obtener el título profesional de Administrador de Empresas.

Especialmente a mis padres, amigos, compañeros, jefes, docentes que fueron de gran apoyo para alcanzar mi primera meta.

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	17
1. RESUMEN EJECUTIVO	19
1.1. CONCEPTO DE NEGOCIO	19
1.1.1. Nombre Comercial	20
1.1.2. Descripción del producto/servicio	20
1.1.2.1. Sector	20
1.1.2.2. Mercado	20
1.1.3. Localización de la empresa	20
1.1.4. Misión	20
1.2. PRESENTACIÓN DEL EQUIPO	20
1.2.1 Perfil de colaboradores	21
1.2.1.1 Recepcionista	21
1.2.1.2 Almacenista	21
1.3. POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS	22
1.4. VENTAJA COMPETITIVA Y PROPUESTA DE VALOR	22
1.5. INVERSIONES REQUERIDAS	22
1.6. PROYECCION DE VENTAS Y CONCLUSIONES FINANCIERAS	23

2.	ANÁLISIS DE MERCADOS	24
2.1.	ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA AGENCIA	24
2.1.1.	Tendencias y características del sector	24
2.1.2.	Desarrollo del sector	27
2.2.	ANÁLISIS DEL MERCADO	28
2.2.1.	Mercado objetivo	28
2.2.2.	Evolución del mercado	29
2.2.3.	Importancia del mercado	29
2.2.4.	Estimación del mercado potencial	29
2.3.	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	30
2.3.1.	Investigación de mercado	31
2.3.2.	Encuesta	32
2.3.2.1.	Objetivos	32
2.3.2.2.	Población y muestra	32
2.3.2.3.	Resultados	32
2.3.2.4.	Resultados y conclusiones	33
2.4.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	33
2.4.1.	Síntesis	33
2.4.2.	Análisis de empresas competidoras	34
3.	ESTRATEGIA DE MERCADO	36

3.1. ANÁLISIS MECA	36
3.1.1. Corregir	36
3.1.2. Explotar	36
3.1.3. Mantener	36
3.1.4. Afrontar	37
3.2. DEFINICIÓN CONCEPTO DE PRODUCTO O SERVICIO	37
3.2.1. Descripción	37
3.3. FILOSOFÍA EMPRESARIAL	40
3.3.1. Historia	40
3.3.2. Misión	40
3.3.3. Visión	40
3.4. OBJETIVOS DE COOPERATIVA MANOS ACTIVAS	40
3.4.1. Objetivo General	40
3.4.2. Objetivos Específicos	41
4. MARKETING MIX	41
4.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO	41
4.2. ESTRATEGIA DE PRECIOS	44
4.2.1. Punto de equilibrio	44
4.2.2. Condiciones de pago	46
4.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	46
4.3.1. Beneficios de ser asociado	46

4.3.2. Cursos fechas especiales	46
4.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	47
4.4.1 Objetivo General De La Comunicación	47
4.4.2 Objetivos Específicos	47
4.4.3 Slogan	48
4.4.4 Presupuesto	48
4.4.5 Visita al cliente	48
4.4.6 Visita objetivo	49
4.5. ESTRATEGIA DE SERVICIO	49
5. ANÁLISIS TÉCNICO OPERATIVO	50
5.1. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	50
5.2. PROCESO DEL SERVICIO	50
5.3. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO	51
5.4. INVERSIÓN	51
5.5. CAPACIDAD DE OFERTA	52
5.5.1 Horarios	52
6 ORGANIZACIÓN	53
6.1.1 Procesos, cargos y funciones	54
6.1.2 Organigrama	55
6.2 GRUPO EMPRENDEDOR	58
6.2.1 Perfil emprendedor	59

6.2.2	Contratos	59
6.3	GASTOS DE NOMINA	59
6.4	CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES	60
6.4.1	Tipo De Sociedad	60
6.4.1.1	Marco jurídico general de la economía solidaria	60
6.4.1.2	Legislación vigente	61
6.5	SUPERINTENDENCIA DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA	61
7.	FINANCIERO	63
7.1	ESTADO FINANCIERO INICIAL	63
7.2	INVERSIÓN INICIAL	64
7.3	PROYECCIÓN DE GASTOS LABORALES	64
7.4	GASTOS GENERALES	65
7.5	ESTADO DE RESULTADOS	65
8.	IMPACTO DEL PROYECTO	68
9.	CONCLUSIONES	69
10.	RECOMENDACIONES	71
	BIBLIOGRAFÍA	72
	ANEXOS	

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tipos de contratos	59

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1	Comportamiento del sector 2000 al 2009.	28
Cuadro 2	Proyección de población por grupos de edad y sexo en Cali Cali 2.011	30
Cuadro 3.	Cuadro comparativo de la competencia	35
Cuadro 4.	Cuadro comparativo Precios Competencia Vs. Propios	44
Cuadro 5.	Fechas estratégicas y especiales	47
Cuadro 6.	Presupuesto estrategia de comunicación	48
Cuadro 7.	Ficha técnica.	50
Cuadro 8.	Gastos de inversión inicial	59
Cuadro 9.	Gastos Nómina	59
Cuadro 10	Prestaciones de Ley.	59
Cuadro 11	Costos de mano de obra, gastos variables.	60
Cuadro 12	Estado financiero inicial	63
Cuadro 13	Inversión inicial	64
Cuadro 14	Ingresos proyectados	64
Cuadro 15	Gastos generales	65
Cuadro 16	Estado de resultados primer año	66
Cuadro 17	Estado de Resultados proyectado a 5 años	67

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Salón de capacitación	39
Figura 2. Ciclo de vida de servicios	42
Figura 3 Flujograma Manos Activas	49
Figura 3. Organigrama actual	55

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Cargos y Funciones	74
Anexo B. Encuesta	77
Anexo C Tabulación encuesta	78
Anexo D. Bruchure.	85
Anexo E Cuadro proyección sector Cooperativo.	87
Anexo F. Logo Manos Activas.	88
Anexo G Decreto 2649 de 1993	89

GLOSARIO

Para entender este proyecto es necesario tener claro diferentes conceptos que se relacionan directamente con la Cooperativa, funcionamiento de la misma y las justificaciones planteadas.

COOPERATIVISMO: doctrina favorable a la cooperación de orden económico y social.

COOPERATIVA DE TIPO CONSUMO: es una asociación de consumidores que tiene como objeto mejorar los servicios de compra y venta de artículos de primera necesidad: electrodomésticos, útiles escolares, ropa, juguetes, repuestos, alimentos o víveres, artículos de limpieza y tocador, ofreciéndolos a asociaciones y comunidad a precios justos.

ECONOMÍA SOLIDARIA: es un sistema socioeconómico, cultural y ambiental conformado por el conjunto de fuerzas sociales organizadas en formas asociativas, identificadas por prácticas autogestionarias solidarias, democráticas y humanistas, sin ánimo de lucro, para el desarrollo integral del ser humano como sujeto, actor y fin de la economía.

Son un conjunto de organizaciones que siendo de iniciativa privada, desarrollan fines de beneficio colectivo o social y no tienen como fundamento el enriquecimiento o la posesión y crecimiento del capital económico.

Dichas organizaciones tienen como principios comunes: la libre adhesión, la democracia, la ausencia de ganancia individual, el desarrollo de la persona natural y la independencia total frente al Estado.

ECONOMÍA SOCIAL: es un conjunto de agentes que se organizan en forma de Asociaciones, Fundaciones mutuales y Cooperativas, en las que prima el interés general sobre el particular y en las que la toma de decisiones se realiza de modo democrático y participativo. En la economía social prevalece el trabajo sobre el capital.

La economía social es la parte de la economía que no pertenece al sector público ni al ámbito de la economía capitalista. No existen aún consensos con respecto a los criterios específicos de delimitación, la economía social incluye unidades económicas pertenecientes a todos los sectores y participa en todas las fases del proceso productivo.

La economía social es la parte de la economía integrada por empresas privadas que participan en el mercado, pero cuya distribución del beneficio y toma de decisiones no están directamente ligadas con el capital aportado por los miembros o socios. En los agentes pertenecientes a la economía social se sustituye el interés particular por el general, y aparecen otras finalidades distintas de las puramente económicas. Hay quienes denominan a la economía social Tercer Sector.

La toma de decisiones en los agentes pertenecientes a la economía social (cooperativas, mutuales, asociaciones) es mediante un proceso democrático y de autogestión, diferente al principio mercantil de representación societaria.

En general, las empresas pertenecientes a la economía social tienen la finalidad de solucionar cuestiones sociales que ni las empresas públicas ni las privadas resolvieron satisfactoriamente. La economía social genera valor agregado y puestos de trabajo, pero funciona de un modo distinto al sector público y al capitalista.

CAPACITACIÓN: se entiende por capacitación el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal de acuerdo con lo establecido por la ley general de educación, dirigidos a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional, a la mejor prestación de servicios a la comunidad, al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. Esta definición comprende los procesos de formación, entendidos como aquellos que tienen por objeto específico desarrollar y fortalecer una ética del servicio público basada en los principios que rigen la función administrativa.

HABILIDADES: es la capacidad adquirida por el hombre, de utilizar creadoramente sus conocimientos y hábitos tanto en el proceso de actividad teórica como práctica

EMPLEO: acción y efecto de emplear / ocupación u oficio.

FORMALIZACIÓN: acción de dar carácter legal a una cosa que reúne las condiciones necesarias a los requisitos establecidos por el Estado.

RESUMEN

El nombre de la Cooperativa es Manos Activas. La cual ofrecerá los servicios de Capacitación, producción y ejecución de estrategias de comercialización.

La Cooperativa formula la siguiente metodología ***habilidad + capacitación = formalización empresarial***. Dentro del servicio de capacitación se encuentra la realización de talleres de mejoramiento de técnica; seminarios para el mejoramiento del ser y del empresario con temas como la ética, responsabilidad social, manejo de conflictos, productividad; entre muchas conferencias que permitan complementar el trabajo práctico.

El servicio que prestará la Cooperativa Manos Activas será el desarrollo de habilidades mediante jornadas de capacitación en busca de la formalización empresarial de los asociados y a su vez el acompañamiento profesional para el impulso de ideas productivas

Adicionalmente de las capacitaciones técnicas se fortalecerá el asociado con foros de interés general, buscando obtener conocimientos adicionales para formar mejores individuos y empresarios; aportando de este modo al desarrollo de la responsabilidad social empresarial.

Cuando el proceso técnico termine es importante un seguimiento abordando temas administrativos, comerciales, logísticos, legales, contables, entre otros; los cuales son pilares fundamentales para la consolidación de empresas en el Valle del Cauca.

Palabras claves

SERVICIO: estar sujeto a alguien por cualquier motivo haciendo lo que él quiere o dispone.

ASOCIADO: Persona que forma parte de alguna asociación o compañía.

TECNICO: persona que posee una habilidad o destreza para realizar diferentes labores.

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta un proyecto de creación de empresa, que estará dedicado a la mejora continua de proyectos creativos realizados de manera manual, como son las artesanías, confecciones, arte, accesorios, entre otros, con el fin de lograr formalizarlos como microempresas y generar fuentes de empleo para la región.

De igual forma, este proyecto tiene como fin mostrar el plan de negocio que busca analizar la aceptación de un servicio que es único, el cual busca dar concreción de diferentes ideas que están en el mercado pero por falta de apoyo, conocimiento, cooperativismo, capacitación, se quedan en el papel y no logran ser potencializadas dentro de los mercados correspondientes. Así mismo mostraremos como éste se convertiría en un proyecto solucionador de problemas sociales, que nos acompañan desde hace décadas como son la informalidad y el desempleo.

También se mostrará paso a paso el planteamiento de la estrategia de implementación para lograr el punto de equilibrio de la Cooperativa; como las estrategias planteadas que lograrán los objetivos definidos para la Cooperativa Manos Activas.

El proyecto tiene un método netamente exploratorio ya que se deben reunir conceptos ya implementados pero no puestos a la disposición de la sociedad, demostrando valor agregado que generen mejoramiento de las condiciones del mercado; diferentes de otras organizaciones cooperativas en Colombia que tienen diversos objetivos como una rentabilidad base para el desarrollo de sus actividades y la búsqueda para satisfacer necesidades de ahorro y préstamo como eje principal.

Es importante aclarar a los lectores que este proyecto inicialmente presentó planteamientos e hipótesis, que gracias a la investigación de mercados desarrollada, se lograron definir de una forma diferente, por ello varía de alguna manera, además la definición de los servicios cambian para que el impacto de los mismos dentro del mercado sea mayor.

Con frecuencia las PYMES son incapaces de captar las oportunidades del mercado individualmente, ya que esto requiere de amplios volúmenes de producción, estándares homogéneos y abastecimiento regular. De la misma manera, ellas experimentan dificultades en alcanzar economías de escala en la compra de insumos. El tamaño reducido constituye también un obstáculo significativo a la internacionalización de las funciones como la capacitación, el análisis de mercado, la logística y la innovación tecnológica, todas las cuales constituyen la base esencial del dinamismo de las empresas. El tamaño reducido puede además evitar la implementación de una división interna del trabajo especializada y efectiva, la cual, de acuerdo a la teoría económica clásica apoya las mejoras acumulativas en las capacidades productivas y la noción¹.

1 BAREA, Celia; OBREGON Alma; JIMENEZ Jimena. Estudio Redes horizontales y verticales. Guatemala: Universidad Americana, 2006. p. 2.

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. CONCEPTO DE NEGOCIO

1.1.1. Nombre comercial. El nombre de la Cooperativa es Manos Activas. Este nombre se eligió para hacer énfasis en la actividad de la empresa la cual corresponde al apoyo del sector de la manualidad, en temas de capacitación y mejoramiento de técnicas. A partir de este nombre se deja abierta la posibilidad de crear nuevos negocios relacionados al trabajo con las manos.

1.1.2. Descripción del producto/servicio. La Cooperativa Manos Activas se dedicará a desarrollar estrategias que permitan el desarrollo de proyectos, basadas con la siguiente formula metodológica: ***habilidad + capacitación = formalización empresarial*** con un ciclo de servicio que la conforman las siguientes etapas:

- Mejoramiento del ser.
- Formación Técnica.
- Desarrollo empresarial
- Seguimiento profesional
- Nuevos conocimientos

1.1.2.1. Sector: Educativo, Cooperativo, Artesanal.

1.1.2.2. Mercado. El nicho en el cuál se especializa la Cooperativa Manos Activas estará compuesto por individuos con edades entre 20 y 60 años, inicialmente de la ciudad de Cali.

1.1.3. Localización de la empresa. La Cooperativa Manos Activas. estará ubicada en el barrio San Fernando de la ciudad de Santiago de Cali.

1.1.4 Misión. Ser una cooperativa socialmente responsable, formadora de empresarios con grandes destrezas en área técnica, conceptual y profesional, permitiendo la formalización de proyectos que logren el desarrollo socioeconómico del sector.

1.2. PRESENTACIÓN DEL EQUIPO

El líder de este proyecto es JUAN MANUEL SINISTERRA CABRERA, estudiante de administración de empresas de la Universidad Autónoma de Occidente.

La filosofía personal es el considerar que todos los que tienen la oportunidad de pasar por la universidad deben poner un grano de arena a la sociedad, esto es buscar ideas que mejoren el desarrollo de la economía y desarrollo social que permitan generar empleos, esta perspectiva la dio la experiencia laboral en varios sectores de la economía tanto comercial, financiero, turístico, vehicular, además la capacitación recibida por la Escuela de Emprendimiento de la Universidad Autónoma. Actualmente labora en el Banco de Occidente, experiencia que ha sido enriquecida por el aprendizaje con el trato con el cliente, por la importancia de la capacitación en los empleados, el manejo de clima laboral entre otros aspectos, esta experiencia también ha permitido el manejo financiero el cual es la mano derecha para los empresarios, aspectos que se deben conocer para lograr una mejor rentabilidad.

1.2.1 Perfil Colaboradores.

1.2.1.1 Recepcionista

- Atender personal y público en general.
- Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Recibir mensajes.
- Tratar en forma cortés al público en general
- Manejo de Caja principal.

Tareas

- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.
- Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.
- Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad.

- Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Realizar las funciones del vendedor atendiendo a los clientes, practicando las reglas de cortesía y sociabilidad que fueren necesarias.
- Conocer todos los productos que se ofertan en el punto de venta según corresponda al tipo de producto o servicio.
- Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.
- Solicitar adecuadamente al cliente la información referida y de acuerdo con esto cobrar en la moneda o formas de pagos autorizadas.
- Responder durante la jornada laboral por el fondo de cambio y la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja.
- Cumplir con las orientaciones que regulan las operaciones de la caja.

1.2.1.2 Almacenista

- Tener iniciativa.
- Atender personal y público en general.
- Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés al público en general
- Organizar el almacén.
- Realizar cálculos numéricos.

Tareas

- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Conocer todos los productos que se ofertan en el punto de venta según corresponda al tipo de producto o servicio.
- Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.
- Recibe y revisa materiales, repuestos, equipos, alimentos y otros suministros que ingresan al almacén.
- Verifica que las características de materiales, suministros que ingresan al almacén se correspondan con la requisición realizada y firma nota de entrega y devuelve copia al proveedor.

- Codifica la mercancía que ingresa al almacén y la registra en el archivo manual (kardex) y/o computarizado.
- Clasifica y organiza el material en el almacén a fin de garantizar su rápida localización.
- Elabora guías de despacho y órdenes de entrega y despacha la mercancía solicitada al almacén.
- Lleva el control de las salidas de mercancía en el almacén registrándolo en el archivo manual (kardex) y/o computarizado.
- Elabora inventarios parciales y periódicos en el almacén.
- Elabora saldos de mercancía que quedan en existencia e informa a su superior inmediato.
- Guarda y custodia la mercancía existente en el almacén.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

1.3. POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS

El mercado potencial lo describimos según cifras del DANE; la población de mujeres entre 25 y 45 años es de 331.918, dentro de estas mujeres según el estudio de la fundación Caixa el porcentaje de las Amas de casa es del 23% siendo 76342 amas de casa de las edades determinadas en los estratos 2,3 y 4 de la ciudad de Cali. El mercado se refleja con promedio de 108.000.000, Nuestro reto es atender el 5%.

1.4. VENTAJA COMPETITIVA Y PROPUESTA DE VALOR

Lograr realizar una capacitación de forma personalizada, con seguimiento continuo logrando un aprendizaje efectivo, estableciendo espacios de producción, con capacitación tanto técnica como conceptual. Procurando formar individuos con sentido de responsabilidad social empresarial. Como lo hablamos anteriormente en el punto 1.1.2 la propuesta de valor va acompañada de una metodología la cual tiene 5 ejes de servicio que se complementan y generan un ciclo adicional a estos ejes se comercializara los productos elaborados por los asociados de la cooperativa.

1.5. INVERSIONES REQUERIDAS

La inversión inicial para el funcionamiento de la cooperativa contempla los rubros de muebles y otros artículos que soportan la operación de la empresa. La inversión total inicial es de \$25.000.000 También se contempla como gasto en la fase inicial el proceso de introducción donde se plantean la distribución de Brochure y becas.

1.6. PROYECCIONES DE VENTAS Y CONCLUSIONES FINANCIERAS

Se tiene proyectado que en el año 2.012 los ingresos de cooperativa Manos Activas por servicios \$74.437.098 con una utilidad neta de \$5.735352.

La inversión inicial se recupera en su totalidad a los dentro del tercer año de funcionamiento y el negocio mantiene un balance positivo en los años siguientes.

Proyección en ventas está basada en la capacidad instalada cual es 432 personas mes, el objetivo es lograr llegar a la atención de esta capacidad aumentando el número de asociados por mes. El mayor esfuerzo es lograr la afiliación de asociados, consideramos que por cada 100 usuarios el 2% será un nuevo asociado.

Se estima un punto de equilibrio de 244 afiliados activos tomando cursos y seminarios de forma continua, se realizó un análisis por servicio prestado dando como resultado 191 personas mensuales tomando el servicio de capacitación técnica y 53 los seminarios para lograr un punto de equilibrio..

2. ANÁLISIS DE MERCADOS

2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR

2.1.1. Tendencias y características del sector. Desde el año 2000 el cooperativismo colombiano ha experimentado un crecimiento en número de entidades del 52%; su base de asociados se ha incrementado en un 44% y los trabajadores de tiempo completo en un 160%. En términos macroeconómicos, las empresas cooperativas contribuyen con un 5.05% del producto interno bruto del país.

En la actualidad se reportan 5.228 empresas cooperativas en Colombia que asocian a 3.171.000 personas y emplean alrededor de 94.000 personas de tiempo completo, tanto en el sector de producción como en el sector de servicios. La mayoría de empresas cooperativas son de trabajo asociado, (46%); de transporte, (13%); y agropecuarias, (11%).

En relación con los excedentes, sólo un reducido número de empresas se destacan por ello, entre las cuales sobresalen las cooperativas financieras, de salud y del sector asegurador. Las cooperativas financieras obtienen el 40% de los excedentes del movimiento cooperativo con poco más del 4% del total de empresas cooperativas. Las 13 cooperativas de salud existentes, obtienen el 8% del total de excedentes y tan sólo 3 empresas del sector asegurador obtienen el 6% de los excedentes.

Pese a que el cooperativismo actúa en más del 80% de los municipios del país, el 60% de las cooperativas están ubicadas en los Departamentos que albergan las cuatro principales ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali y Bucaramanga. El 56% de las cooperativas son microempresas, el 33% son pequeñas empresas, el 8% son medianas empresas y el 3% son grandes empresas².

Respecto al marco jurídico de las empresas cooperativas, su estructuración parte de la Constitución Política, bajo las nociones de solidaridad, libre adhesión y

² ALVAREZ, Juan Fernando y SERRANO URIBE, Rymel. Integración y estructura del cooperativismo y la economía solidaria Colombiana, Venezuela. p.3

empresarialidad asociativa. El desarrollo de las anteriores nociones, vino reglamentado con la Ley 79 de 1988 que dotó al movimiento cooperativo de un marco propicio para su desarrollo basado en la doctrina cooperativa. En términos generales, se especificaron las normas para la creación, consolidación, protección y vigilancia de las empresas cooperativas y otras formas asociativas como los fondos de empleados.

Asociaciones mutuales bajo la denominación del sector cooperativo y sociedades mutuarías. Bajo esta Ley, el movimiento cooperativo amplió sus nexos empresariales hacia los fondos de empleados, asociaciones mutuales y otras formas asociativas de carácter mutuo.

Posteriormente, se desarrolló la Ley 454 de 1998 que amplió el marco del sector cooperativo bajo la noción de sistema de economía solidaria. En esta Ley se reconocen como empresas de economía solidaria, además de las formas del sector cooperativo y sociedades mutuarías, a otras formas organizacionales como empresas comunitarias y demás asociaciones empresariales caracterizadas por la realización de actividades sin ánimo de lucro, dirigidas a satisfacer necesidades de sus asociados, mediante vínculos fundados en la doctrina cooperativa (especificada en la Ley como principios y fines de la economía solidaria), gestión democrática de la empresa y por destinar sus excedentes a la prestación de servicios, crecimiento de fondos y reintegro a sus asociados en proporción al uso de servicios o participación en el trabajo. Bajo esta Ley, el sector cooperativo se integra al sistema de economía solidaria bajo una misma noción doctrinal y conservando al igual que el definido por Ley 79 de 1988, el carácter mutualista de sus empresas.³

En rigor, la composición de la economía solidaria incluye fundamentalmente las siguientes organizaciones: cooperativas, organismos de segundo y tercer grado que agrupen cooperativas u otras formas asociativas y solidarias de propiedad, instituciones auxiliares de la economía solidaria, empresas comunitarias, empresas solidarias de salud, precooperativas, fondos de empleados,

³ Ibid., p. 3

asociaciones mutualistas, empresas de servicios en las formas de administraciones públicas cooperativas y empresas asociativas de trabajo.

Finalmente, desde el Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria –en adelante Dansocial- se ha venido fomentado la estructuración de un tercer sector conformado por empresas de índole mutual y de interés general, bajo la noción de la solidaridad como hilo integrador de organizaciones sin fines lucrativos. La integración organizacional propuesta se denomina sector ampliado de la economía solidaria o sector social y solidario. Bajo esta propuesta el cooperativismo continúa jugando un papel preponderante en la conformación de las empresas de índole mutual, pero sectorialmente marginal frente a organizaciones de interés general como fundaciones, cajas de compensación y juntas de acción comunal.

La cooperativa maneja varios sectores de la economía los cuales son educativo, artesanal, manufactura, cooperativismo, los cual se deben tener en cuenta para el desarrollo de este proyecto a continuación vamos desglosar la situación actual e histórica de cada uno de estos.

Educativo: este mercado para el mejoramiento de técnicas lo ofertan en la actualidad dos grandes superficies, una de ellos las cajas de compensación familiar y la otra los comerciantes de materias primas. Estos oferentes tienen diferentes dificultades en la parte de infraestructura donde se dictan los cursos, esto trae diversas barreras de aprendizaje, una de ellas la desconcentración ocasionando reproceso, pérdida de tiempo y bajos niveles de aplicación. Otra dificultad percibida es que en los centros de comercialización donde se ofrecen cursos se limitan a la aplicabilidad de los materiales y no tienen un control por parte de la empresa del contenido de los mismos y estos cursos no tienen sino la finalidad comercial, para las dos partes no se tiene un seguimiento del individuo o grupo de trabajo para seguir su proceso de mejoramiento continuo. Ocasionando muchas veces la falta de interés de los participantes.

Artesanal: en la actualidad este mercado es subvalorado y se ha perdido la conciencia de los productos generando perdida de interés por parte de los productores y comerciantes, pero se puede percibir que la calidad de los productos son de mayor garantía con una exquisitez que los producidos en grandes superficies, a pesar de que son apetecidos y admirados por la comunidad. El mayor costo de las artesanías corresponde al rubro de mano de obra, la cual no es reconocida, dado el tiempo que requiere la elaboración del producto manualmente.

Cooperativismo: en la actualidad el término - la unión hace la fuerza- es vital para los mercados, por eso la aplicación de estrategias, como el uso de redes empresariales es valioso para el éxito de diferentes sectores. Los mínimos esfuerzos de muchos hacen un gran esfuerzo: en el mercado existen diferentes tipos de cooperativas para un fin, estas no se afectan entre sí, ya que presentan diferentes beneficios los cuales se basan según las necesidades de los asociados⁴.

El mercado objetivo está diseñado para individuos que tengan habilidad para producir productos de calidad y con un diseño innovador, los cuales permitan ser atractivos para el mercado logrando generar negocio. Dentro de la ciudad existen comunidades o grupos interesados en capacitarse para lograr desarrollo de productos.

Dentro del mercado podemos observar muchos establecimientos que brindan capacitación de muchas técnicas para el desarrollo y mejoramiento de las mismas, pero el fin es totalmente lucrativo, para estos establecimientos no es importante la especialización del contenido ni el seguimiento de los clientes; solo buscan la comercialización de las materias primas.

Este mercado requiere un lugar donde se puedan especializar las técnicas y brindar un aprendizaje continuo, sin la presión de la compra de implementos muchas veces innecesarias y costosos; por otra parte se necesita un lugar donde

4 BAREA, Cilia; OBREGON Alma; JUMENEZ Jimena. Redes horizontales y verticales

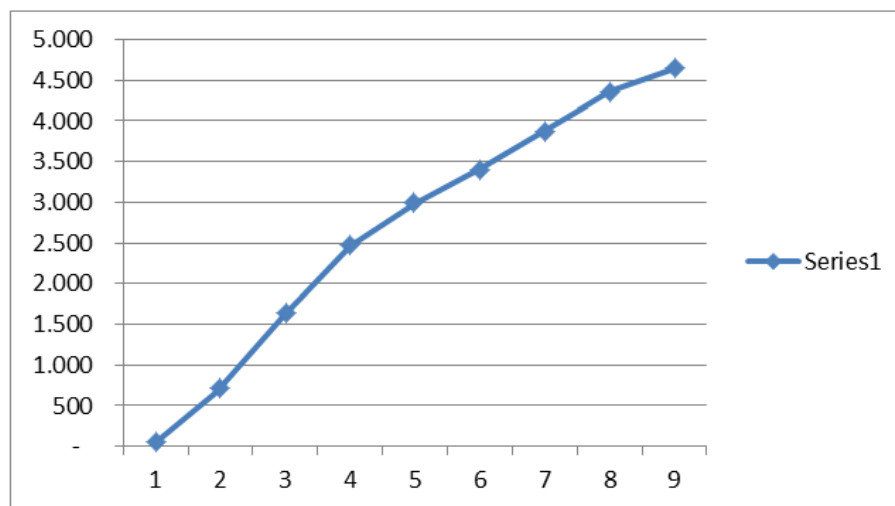
se logre reunir gente con los mismos intereses y afinidades, que permita crear una comunidad dedicada al desarrollo de productos de calidad. (VER ANEXO)

2.1.2 Desarrollo del sector. Desde el año 2000 el cooperativismo colombiano ha experimentado un crecimiento de forma progresiva a continuación veremos una muestra de crecimiento del 2000 al 2009, con crecimiento en 9 años de 91%, para ver tabla completa. (Ver anexo E) ⁵.

Cuadro 1. Comportamiento del sector 2000-2009

AÑO				
2000	3.472			
2001	3.517	45	45	1,3%
2002	4.195	678	723	19,3%
2003	5.107	912	1.635	21,7%
2004	5.931	824	2.459	16,1%
2005	6.462	531	2.990	9,0%
2006	6.877	415	3.405	6,4%
2007	7.349	472	3.877	6,9%
2008	7.833	484	4.361	6,6%
2009	8.124	291	4.652	3,7%

Crecimiento porcentual desde año 2000 al 2009*.



Fuente: Cali en cifras [en línea] Santiago de Cali: DANE. 2010 [Consultado en julio de 2011]. Disponible en Internet:

http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2010.pdf

5 Cooperativa de aporte y crédito [en línea]: Colombia, Coofecoop, 2010 [Consultado en noviembre de 2011] disponible en internet: <http://www.confecoop.coop/observatorio/14/files/doc14.pdf>

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.2.1. Mercado objetivo. Definición mercado Objetivo Principal. Mujeres amas de casa de estratos 2,3,4 con interés de desarrollar las destrezas con las manos en el sector artesanal, las cuales deseen capacitarse para lograr un mejoramiento de la técnica, por otra parte los interesados en fortalecer su conocimiento a nivel profesional en la búsqueda del mejoramiento continuo del proyecto o idea. Se trabaja con Amas de casa de la Ciudad de Cali y se dará prioridad a las edades entre 25 y 45 años, ya que dentro de este rango se tiene mayor destreza en el movimiento con las manos. Se tendrá como objetivo iglesias, grupos sociales, juntas de acción comunal, colegios, universidades.

2.2.2. Evolución de mercado objetivo principal – visión. Fortalecer proyectos productivos en busca de generación de empleo para la región, acompañados de asesoría profesional para el desarrollo y sostenimiento del mismo.

2.2.3. Importancia del mercado. Las actividades de capacitación técnica artística, artesanal, de manualidades y a nivel profesional en el área organizacional y responsabilidad social, ya que estas permiten un mejoramiento en la finalización de los productos, fortaleciendo negocios que permitirán abrir oportunidades en el mercado competitivo a nivel nacional e internacional.

Por otra parte al generar productos de calidad que permita una mejor rotación y aumento de flujo de caja, produce generación de empleos directos, la capacitación profesional a comerciantes y artesanos. Lo anterior conlleva a la construcción de empresas responsables.

Con respecto a la informalidad que se presenta en el sector, el proyecto tiene como finalidad la disminución de la informalidad, lo cual conlleva a cambios relevantes en la sociedad como lo son: creación de empleos responsables, seguridad social, disminución de la pobreza, recaudo de impuestos, por los que el

gobierno obtiene ingresos, y su vez inversión en otros sectores importantes de la economía como son educación, salud, justicia y seguridad urbana.

2.2.4. El mercado potencial. lo describimos según cifras del DANE; la población de mujeres entre 25 y 45 años es de 331.918, dentro de estas mujeres según el estudio de la fundación Caixa el porcentaje de las Amas de casa es del 23% siendo 76342 amas de casa de las edades determinadas en los estratos 2,3 y 4 de la ciudad de Cali. Dentro de este total según nuestra encuesta las amas de casa interesadas son el 72% siendo un mercado potencial de 108.000.000. Nuestro reto es atender inicialmente el 5% de este mercado⁶.

Cuadro 2. Proyección de población por grupos de edad y sexo en Cali 2011

Proyecciones de población por grupos de edad y sexo, en Cali. 2011

EDAD	TOTAL	HOMBRE	MUJER	% PART H	% PART M	% PART EDAD H	% PART EDAD M	RELACIÓN H / M
0 A 4	176.647	90.500	86.147	51%	49%	8%	7%	1,05
5 A 9	178.578	90.206	88.372	51%	49%	8%	7%	1,02
10 A 14	193.092	97.770	95.322	51%	49%	9%	8%	1,03
SUBTOTAL 0 A 14	548.317	278.476	269.841	51%	49%	26%	23%	1,03
15 A 19	202.533	103.016	99.517	51%	49%	9%	8%	1,04
20 A 24	199.722	100.566	99.156	50%	50%	9%	8%	1,01
25 A 29	195.755	95.244	100.511	49%	51%	9%	8%	0,95
30 A 34	178.194	85.292	92.902	48%	52%	8%	8%	0,92
35 A 39	156.732	74.550	82.182	48%	52%	7%	7%	0,91
40 A 44	155.007	71.923	83.084	46%	54%	7%	7%	0,87
SUBTOTAL 15 A 44	1.087.943	530.591	557.352	49%	51%	49%	47%	0,95
45 A 49	153.052	70.018	83.034	46%	54%	6%	7%	0,84
50 A 54	129.640	57.672	71.968	44%	56%	5%	6%	0,80
55 A 59	102.633	45.126	57.507	44%	56%	4%	5%	0,78
60 A 64	78.627	34.422	44.205	44%	56%	3%	4%	0,78
SUBTOTAL 45 A 64	463.952	207.238	256.714	45%	55%	19%	22%	0,81
65 A 69	57.298	24.920	32.378	43%	57%	2%	3%	0,77
70 A 74	44.792	18.336	26.456	41%	59%	2%	2%	0,69
75 A 79	33.220	12.909	20.311	39%	61%	1%	2%	0,64
80 Y +	34.010	12.818	21.192	38%	62%	1%	2%	0,60
SUBTOTAL 65 Y +	169.320	68.983	100.337	41%	59%	6%	8%	0,69
TOTAL	2.269.532	1.085.288	1.184.244	48%	52%	100%	100%	0,92

Fuente: Cali en cifras [en línea] Santiago de Cali: DANE. 2010 [Consultado en julio de 2011].

Disponible en Internet: http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2010.pdf

⁶ Cali en cifras [en línea] Santiago de Cali: DANE. 2010 [Consultado en julio de 2011]. Disponible en Internet: http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2010.pdf

2.3. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Los consumidores son personas con iniciativa, técnica básica, habilidades, gusto por el trabajo con las manos, ganas de aprender, ganas de convertirse en empresario responsable, que logre un punto de desarrollo formal, logrando un producto de calidad en busca del punto de equilibrio, también serán individuos en busca de oportunidades de asociación de complementos requeridos para su proyecto. Por otra parte el consumidor está ávido de un sitio donde la capacitación sea directa y confortable, que las materiales se logren conseguir de muy buena calidad a excelentes precios.

El perfil del asociado son mujeres amas de casa entre los 25 y 45 años interesados en fortalecer las habilidades y técnicas artísticas. No es necesario que las personas tengan una idea de negocio o negocio informal, tampoco buscamos personas de estratos netamente bajos ya que todos los estratos tienen carencias básicas o medias.

Dentro de la categoría edad elegida, permite reunir diferentes aptitudes desde los que desean aprender algo nuevo, los que desean mejorar la técnica y los que asumen el tema de manualidad como un hobby.

Consideramos que existen tres perfiles de consumidores que se pueden encontrar en la demanda de la cooperativa los cuales son: futuros empleados de las empresas creadas (en proceso con la cooperativa), empresarios y docentes. Esto nos indicaría que se podrán ver niveles de aprendizaje y de retroalimentación de forma cíclica.

2.3.1. Investigación de mercados

Se realizó investigación tanto cualitativa como de forma cualitativa, dentro de la primera se realizó visita a los diferentes sitios de asistencia frecuente como son:

- calle 10 con 8va
- calle 9na con 23ª

Se realizó seis entrevistas a mujeres que son estudiantes activas de las diferentes instituciones para conocer sus criterios se tocaron varios puntos importantes que se tocan continuación:

- el mercado no tiene un punto referencia.
- La comunicación es de forma indirecta a los consumidores, el consumidor debe buscar las capacitaciones y esperar a que el mercado la ofrezca.
- Instalaciones inapropiadas.
- No se tiene garantía de los temas brindados.

Por otra parte se realizó cliente incognito en las entidades privadas como Rómulo Montes y La Caleña para ver el servicio prestado, información referente a los servicios ofrecidos y lograron sacar varias conclusiones.

- Servicio netamente comercial
- Infraestructura apropiada para venta de artículos
- Infraestructura inapropiada para la prestación de servicios de capacitación.
- Numeroso flujo de transeúntes
- Ruido de carros y de personas
- Personal preparado para atención al público

Por otra parte se realizó una visita a la caja de compensación confundí a uno de sus cursos sede san Nicolás donde son salones los cuales están con capacidad instalada de 30 personas con un solo docente siendo para las personas sin ningún conocimiento muy confuso, con varias interrupciones generando atrasos en el proceso.

2.3.2. Encuesta. Durante el trabajo de campo se aplicó un pequeño cuestionario a los usuarios o transeúntes que estaban en el lugar se estructuraron preguntas cerradas con el fin de obtener información puntual y directa del interés. Las encuestas se realizaron personalmente para supervisar su correcta ejecución. Esta se Aplicó en el centro de Cali en la dirección calle 10 con 8va y calle 9na con 23ª, donde se encuentran ubicados la mayor parte del comercio de materias

primas y capacitaciones para este mercado. Se aplicó a 100 personas usuarias de este comercio. Ver anexo B.

2.3.2.1. Objetivos.

- Conocer el nivel de importancia que tiene la ciudadanía por capacitarse, en áreas de artesanías y manualidades.
- Observar cuáles son las necesidades y falencias de las entidades que prestan estos servicios.
- Conocer el interés de formalización por parte de los comerciantes existentes y en potencia.
- Conocer la capacidad de pago de los individuos para este servicio.

2.3.2.2. Población y muestra.

- Población: Personas entre 25 y 45 años de edad.
- Muestra: 100 individuos pertenecientes a la población, área de aplicación centro de Cali.
- Formula:

$$N = \frac{1.95 \times 0.50 \times 0.50}{0.155}$$

2.3.2.3. Resultados. Ver Anexo C

Total de encuestas realizadas: 100

2.3.2.4 Conclusiones. Podemos determinar que de las personas encuestadas, un 78% de la población está interesada que visita los sitios de comunes del sector como la calle 8va con 10 y calle 9na con 23ª tiene interés por participar en procesos de mejoramiento y en desarrollar actividades pero tiene limitantes para costearse los materiales principalmente y otro porcentaje los horarios de los cursos, también podemos percibir que los costos que están dispuestos a pagar esta con promedio entre \$20.000 y \$40.000, por otra parte de los encuestados tiene como criterio con un mayor puntaje son la calidad de los docentes, los precios y la infraestructura.

2.4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.4.1 Síntesis. Actualmente encontramos un número importante de sitios y medios donde se enseñan artículos realizados de muchas formas, estos sitios, programas de televisión y revistas, tienen como misión promocionar cursos, vender materiales, o vender los productos de sus patrocinadores, los cuales son los materiales utilizados para el desarrollo de los productos. Dentro de una entrevista con dos participantes activos a la capacitación en diferentes técnicas estas personas concluyen que los cursos son muy ligeros en contenidos, y muchas veces no se aprecia calidad en ellos, el participante debe ser proactivo para lograr obtener un aprendizaje efectivo. También resalta que los lugares de aprendizaje no son los mejores en infraestructura y el seguimiento es nulo a los procesos.

Vale la pena resaltar que se visitaron los establecimientos más influyentes para conocer la infraestructura y logro percibir que lo más incómodo es la ubicación de espacios de capacitación, que son improvisados y en lugares como Rómulo Montes se hacen en la entrada del establecimiento siendo factor de distracción, otro sitio influyente en el sector es la caleñita donde se ofrecen diferentes cursos que son por un día con horarios extendidos y con costos comparativamente altos.

Es importante conocer que el sector de capacitación artística artesanal, tiene dos grandes grupos, una son las capacitaciones que brindan las comercializadoras de materias primas como “gancho” y complemento del producto un ejemplo de ello en la ciudad de Cali es Rómulo Montes, otro gran grupo son las cajas de compensación familiar como Comfandi y Comfenalco que tienen su oferta buscando satisfacer la necesidad de las familias; pero podemos percibir a los participantes entrevistados que son muy superficiales y el aprendiz debe asumir mucho conocimiento de forma individual.

2.4.2 Análisis de empresas competidoras. A continuación se presenta un cuadro (ver tabla 2) comparativo de la competencia y sus atributos con relación ha: mercado, posicionamiento, servicios y costos. Se nombran algunas

instituciones para tener la referencia del tamaño. Es importante que se toquen los tres grupos para ser comparados puesto que el servicio que ofrece Cooperativa Manos Activas no se ofrece en una sola institución.

Puntos importantes a tener en cuenta para realizar el cuadro comparativo:

- Empresas netamente comerciales con diferentes enfoques, no se preocupan por el mejoramiento de contenido sino de forma, esto lo genera el capitalismo que ante más se aproveche un espacio más utilidad se tendrá.
- Empresas sin ánimo de lucro, deben aprovechar al máximo las posibilidades que da el mercado entre ellas las personas voluntarias que están en busca de experiencia laboral de alguna forma para lograr entrar a un mercado competitivo, esto hace que se cometan errores a nivel de asesoría que se deben corregir con la experiencia.
- Entidades como las cajas de compensación tienen diferentes servicios que se prestan, generando distracción en las unidades de negocio que no generan grandes utilidades.

Cuadro 3. Cuadro comparativo de la competencia

Empresa	Producto o Servicio	Target Segmento	Metodo de Vinculacion	Fortaleza	Debilidad
Caja de Compesacion	servicios de recreacion, salud, capacitacion en varios campos entre otros servicios.	Empleados de empresas afiliadas	afiliacion rrhh de cada empresa	experiencia y servicios complementarios	salon de 30 personas con un solo docente.
Centros de Capacitacion	venta de materias primas, capacitacion en productos relacionados con la materia prima.	personas interesadas en crear, producir articulos.	N/A	manejo de costos de materias primas y consecucion de la misma	infreestructura, servicios masivos, busca de mejorar flujo de caja de sus productos comerciales ej: para realizar un bolso, venden el cuero, cierre, errajes, forros, hilos, entre otros atuculos como herraminetas de trabajo.
Fundaciones	acompañamiento a empresarios menos favorecidos.	sociedad vulnerable, en procesos de mejoramineto.	visita de las entidades	entidades sin animo de lucro	Realizan trabajos de campo con personas voluntarias, con acompaamiento hasta un punto, sin la profundidad apropiada. .
COOPERATIVA MANOS ACTIVA	capacitacion, formacion, acompañamiento, formalizacion	persosnas con capacidades, ideas o proyectos relacionados con manualidad. Edades entre 25 y 45 años	asociacion, por medio de la afiliacion a la misma	infreestructura, conocimiento del cliente,formacion complementaria	empresa nueva.

3. ESTRATEGIA DE MERCADO

3.1. ANÁLISIS MECA

Para lograr analizar las ventajas competitivas y la propuesta de valor de los servicios de la Cooperativa frente a lo que se ofrece en el mercado y para la construcción de objetivos y la toma de decisiones, se desarrolló un análisis MECA.

3.1.1. Corregir

- Método de selección de los proyectos y participantes en el modelo, para evitar procesos no activos y poniendo en duda el modelo.
- Conocer los requerimientos de todos los participantes al detalle para lograr identificar los que se acoplan con los servicios de la cooperativa.
- No tiene inicialmente la facultad para realizar proyectos a nivel nacional.
- Disminuir el uso de papel mientras avanza la tecnología, acorde con la responsabilidad social y de ambiente.
- Crear un modelo internacional para la apertura de nuevos mercados, con estándares acordes a estos.

3.1.2. Explotar

- El conocimiento de personal docente contratado por la Cooperativa Manos Activas.
- La diversidad de nuestro país para la consecución de materias primas, con variedad de colores, texturas, tamaños permitiendo la elaboración de productos de alta calidad.
- Ubicación de la Cooperativa Manos Activas.
- Habilidades y versatilidad de los colombianos para el desarrollo de nuevos productos siempre en busca de aprovechamiento del mercado.
- El modelo de la Cooperativa Manos Activas.

3.1.3. Mantener

- Aprovechar el interés de las personas por recibir capacitación y entrar en un modelo de mejoramiento continuo.

- La ideología del negocio, con bases de responsabilidad social y ética, complementando el desarrollo técnico, en busca del mejoramiento SOCIOECONOMICO de la región.
- Los requerimientos del sector artesanal y de la manualidad ávidos de espacios para el desarrollo y mejoramiento de técnicas en busca del dinamismo del mismo, tanto a nivel comercial, logístico y técnico.

3.1.4. Afrontar

- La competencia y el surgimiento de nuevas cooperativas de nuevos modelos y tendencias de aprendizaje y técnicas.
- Bajas tarifas que manejan las entidades prestadoras de servicios similares.
- Nuevas leyes que puedan restringir la actividad de la cooperativa.
- Los diferentes mecanismos de vinculación, para acelerar los procesos de creación de empresa.
- Procesos de selección de participantes interesados en el modelo.

3.2. DEFINICIÓN CONCEPTO DE PRODUCTO O SERVICIO

3.2.1. Descripción. La propuesta se basa en una metodología cual es la siguiente:
Habilidad + Capacitación = Formalización empresarial

Esta metodología pretende formar colombianos en el sector de las manualidades enfocándolos a formar microempresas basados en responsabilidad socioeconómica, con un enfoque de mejoramiento continuo integral, centrados en la búsqueda de creación de empleos responsables tanto para ellos como para sus vecinos, amigos, colombianos en general. Esta metodología tendrá diferentes impactos tanto legal, social, económico, laboral en un sector que esta llenos de informalidad, que está ávido de oportunidades de concentración de conocimientos.

La metodología se concentra la prestación de 4 servicios que permitirán un complemento que logre nuestro objetivo. Los cuales son los siguientes

- Capacitación.
- Seminarios.
- Desarrollo empresarial
- Asesoría profesional.

Dentro del servicio de capacitación se encuentra la realización de talleres de mejoramiento de técnica, seminarios que permitan el mejoramiento del ser y del empresario, con temas como la ética, responsabilidad social, manejo de conflictos, productividad, entre muchas conferencias que se puedan den como complemento de trabajo de la práctica. Este complemento lo consideramos necesario para lograr un punto comparativo que logre generar un impacto relevante dentro de la sociedad.

El servicio que prestará la Cooperativa Manos Activas será el desarrollo de habilidades mediante jornadas de capacitación en busca de la formalización empresarial de los asociados y a su vez el acompañamiento profesional para el impulso de ideas productivas

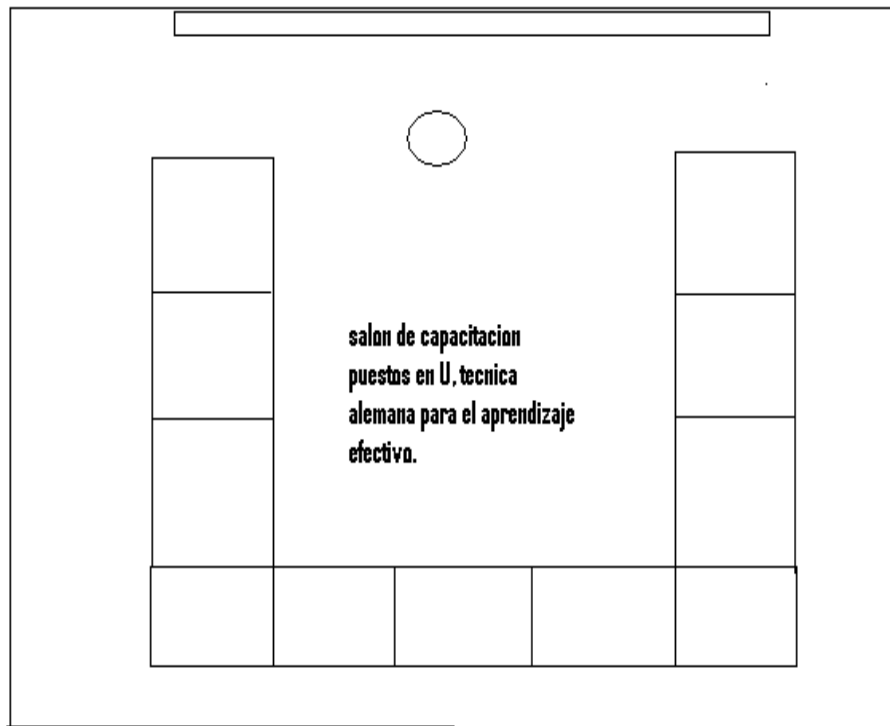
Adicionalmente de las capacitaciones técnicas se fortalecerá el asociado con foros de interés general logrando obtener conocimientos adicionales para formar mejores individuos y empresarios, aportando de este modo al desarrollo de la responsabilidad social empresarial.

Cuando el proceso técnico termine es importante un seguimiento abordando temas administrativos, comerciales, logísticos, legales, contables entre otros, los cuales son pilares fundamentales para la generación de empresas en el Valle del Cauca.

A continuación detallaremos el producto de forma cíclica:

- Capacitación Técnica (cursos con máximo 12 participantes, logrando cursos semipersonalizados) en instalaciones adecuadas, mesas en simbolizando una U. Ver figura 1
- Foros de complemento en aprendizaje donde se resalta contenidos de mejoramiento continuo, temas como crecimiento empresarial, ética, responsabilidad social, en busca de microempresarios con razonamiento social, de generación de empleos responsables, el pago de impuestos.
- Desarrollo empresarial es un acompañamiento posterior a las capacitaciones en busca de un punto de formalización sea individual o colectivo.
- Asesorías Profesionales: en busca de una reducción colectiva en las asesorías profesionales, la cooperativa manos activas tiene un servicio de asesorías en áreas administrativas, contables, jurídica, industriales, entre otros, en busca del mejoramiento de continuo de la empresas creadas por miembros de la cooperativa.

Figura 1. Salón de capacitación en (U) técnica alemana para el aprendizaje efectivo.



3.3. FILOSOFÍA EMPRESARIAL

3.3.1. Historia. Nuestra propuesta surgió desde la casa materna donde mi madre y mis tías tienen ideas de negocio potencializadoras pero que por falta de conocimiento son ideas que se quedan en el baúl, para tomar un ejemplo mi madre tiene un excelente habilidad para la confección de productos de accesorios para mujer, ella constantemente se capacita para conocer todas las formas para el mejoramiento y actualización de técnicas de estos productos, pero por falta de acompañamiento y por temor a no lograr obtener los recursos necesarios para el funcionamiento (punto de equilibrio) impide dar el paso más importante de la formalización del negocio, entonces estos productos solo se venden a conocidos y

familiares siendo un mercado muy pequeño, el cual no genera un ingreso relevante.

En un intento de desarrollar el negocio empezamos a realizar un análisis de costos para abrir un punto de venta, el cual nos arrojó costos fijos muy altos poniendo un punto de producción imposible de alcanzar, es allí donde logro observar la necesidad de muchos colombianos en crear una organización donde se logre reunir un número importante de pequeños empresarios que deseen emprender disminuyendo costos de producción y de venta con productos de alta calidad potencializando sus conocimiento básicos en técnica y procesos comerciales.

3.3.2. Misión. Ser una cooperativa socialmente responsable, formadora de empresarios con grandes destrezas en área técnica, conceptual y profesional, permitiendo la formalización de proyectos que logren el desarrollo socioeconómico del sector.

3.3.3. Visión. En el 2016 tener más de 250 afiliados y ser una cooperativa reconocida por la generación de empresas productivas formalizadas en la región, generadora de empleos responsables.

3.4. OBJETIVOS DE COOPERATIVA MANOS ACTIVAS

3.4.1. Objetivo general. Crear espacios que ayuden al desarrollo de empresarios con habilidades empresariales, profesionales y artísticas- artesanales fortaleciendo los conocimientos básicos del trabajo realizado y lograr obtener artículos de excelente calidad, buscando comercialización de los productos en nuevos mercados, para la formalización traducida a la creación de empleo y el fortalecimiento de las economías del sector.

3.4.2. Objetivos Específicos

- Acelerar el cambio de limitaciones comerciales para pequeños empresarios y contribuir con técnicas modernas que tengan un alto impacto de competitividad.

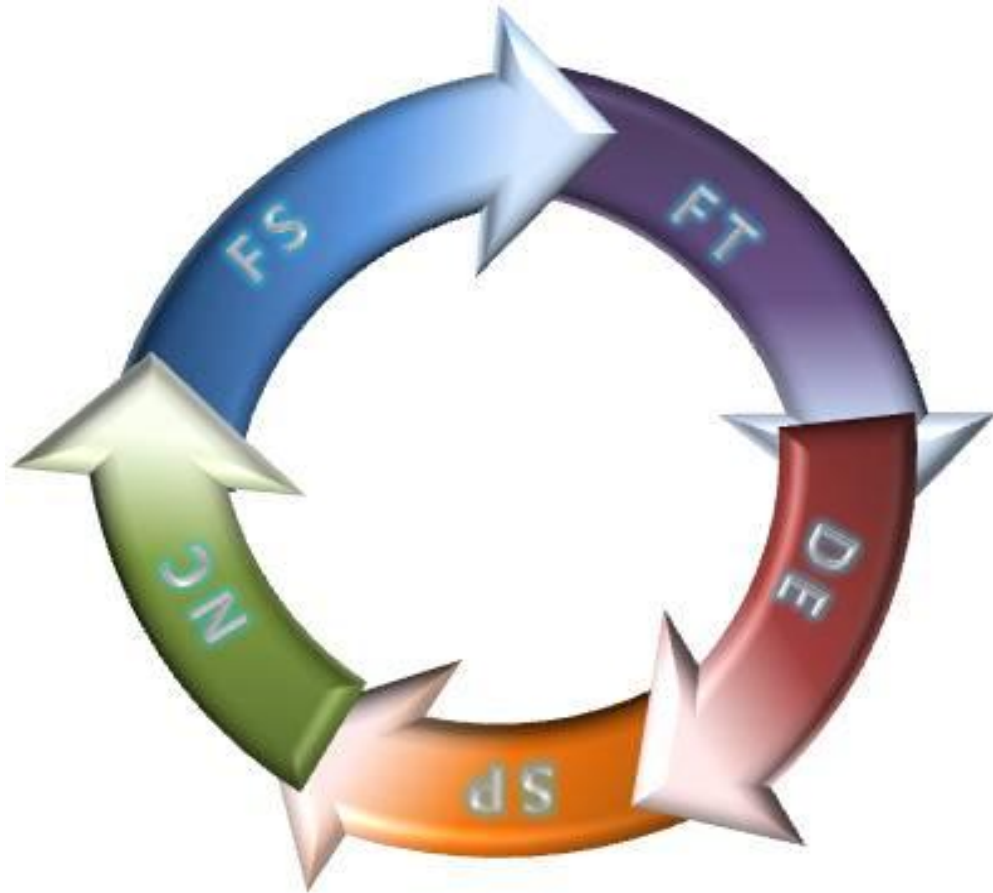
- Capacitar a los asociados de la cooperativa manos activas en técnicas modernas en el área de habilidades artesanales que permita mantenerse en el mercado dando soluciones sociales de empleo en la región.
- Ofrecer en la cooperativa las herramientas necesarias para promover proyectos productivos que contribuyan con el mejoramiento continuo de los mismos dándole valor agregado de forma concreta y practica mejorar la posición competitiva de las empresas, proyectos o ideas.
- Mantener la planta de empleados capacitada en las áreas de servicio al cliente.
- Garantizar que el recurso humano se capacite en las diferentes áreas para que sean mejores profesionales tanto dentro de la Cooperativa como por fuera.
- Buscar el bienestar social de nuestros colaboradores y de su familia.
- Establecer estrategias de mercadeo para los servicios que se prestan en la Cooperativa Manos Activas.
- Controlar los gastos operativos para lograr la proyección generada y permitiendo utilidad para la Cooperativa.

4. MARKETING MIX

4.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Para conocer un poco más de nuestro servicio es importante conocer la proyección del mismo mercado dentro de la teoría de mercado ciclo de vida. La siguiente figura refleja simbólicamente el ciclo de servicio que proponemos en la Cooperativa Manos Activas.

Figura 2: Ciclo de vida de servicios



Explicación. La propuesta de la cooperativa es presentar 4 servicios que van cíclicamente, una tras de otro. Finalizando un conector el cual permite realizar el proceso cíclicamente.

FS Formación del ser: esta etapa se trabajará con semirarios de temas complementarios tales como ética, responsabilidad social, respeto a terceros, autoconfianza, coaching, trabajo en equipo administración del tiempo, entre otros; para generar empresarios con sentido de responsabilidad con los grupos de interés.

FT Formacion Técnica: esta etapa es la de capacitacion de tecnicas donde seran clases de aula y clases prácticas, que permitirán desarrollar las habilidades de los asistentes y desarrollar productos.

DE Desarrollo Empresarial: la etapa permite que el asistente que tenga un nivel de técnica y profesionalismo con una idea o proyecto viable, se realizen procesos de formalizacion, donde se establezcan negocios o productos con los canales de distribucion establecidos por la cooperativa para aumentar flujo de caja y se logre formar un equipo de trabajo.

SP Seguimiento Profesional: junto con el pull profesional se encargara de guiar a los empresarios, en temas administrativos, contables, juridicos, logísticos, económicos, industriales entre otras áreas, permitiendo que los negocios se fortalezcan en todos los niveles y no generen costos altos de asesoría.

NC Nuevos Conocimientos: al finalizar el ciclo es importante retomar temas de interés que permitan el mejoramiento continuo, logrando ser mejores cada día para lograr empresas potencializadoras, que permitan abrir mercados internacionales.

Adicionalmente a los asociados se les brindara la opción de comercialización de sus mejores productos con una calidad determinada para mejorar el flujo de ingresos de los mismos.

4.2. ESTRATEGIA DE PRECIOS

Los precios están basados en dos escalas, si es socio o usuario y según el servicio a adquirir; también nos basamos según la etapa del ciclo de vida servicio, para ello se establece que al inicio existen unos descuentos para darlos a conocer (becas del 50% para el primer servicio tomado), posteriormente existe

una vinculación como socio, que le permita obtener beneficios complementarios, los cuales acceden al modelo de capacitación de la cooperativa (ver figura 1). A continuación mostraremos un cuadro que permite conocer estos precios comparados con la competencia.

Cuadro 4: Cuadro comparativo precios competencia vs. Propios

Cuadro comparativo competencia Vs CMA				
	Manos Activas		Instituciones privadas (Romulo Montes, La Caleñita)	Cajas de Compenasacion
	usuarios	ASOCIADOS		
Capacitacion - Cursos tecnicos	40000	30000	entre 40000 y 80000	entre 30000 y 60000
Seminarios	40000	30000	N/A	Entre 40000 y 120000
Asesorias	N/A	50000	N/A	entre 500.000 y 1.200.000
Valor cuota sociado	NA	10000	NA	3% Del salario

4.2.1. **Punto de equilibrio.** Este lo vamos a ver de dos formas una como cooperativa prestadora de servicios a usuarios siendo así nuestro punto de equilibrio seria 244 usuarios tomando servicios de capacitación y seminarios la fórmula aplicada es la siguiente:

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS \times UNIDADES OFRECIDAS}{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES}$$

$$PE = \frac{\$4435000 \times 536 (436 \text{ individuos cursos} + 100 \text{ individuos seminario})}{\$6.900.000 - \$2.600.000}$$

PE= 244 usuarios tomando servicios 78% servicios de capacitación y 22% los servicios de seminario.

Para que la empresa esté en un punto en donde no existan perdidas ni ganancias, se deberán vender 262 servicios tomados, considerando que conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad se incrementará.

La otra forma es verlo desde el punto de vista socios varia puesto que existen ingresos fijos y los ingresos por los servicios tomados con un descuento como beneficios de ser asociado

Cursos técnicos

PE = COSTOS FIJOS x UNIDADES OFRECIDAS

$$\frac{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTOS VARIABLES}}{\text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

PE= \$4435000 x 436 (436 individuos cursos)

$$\frac{5400000 - 1500000}{\text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

PE= 191 realizando cursos técnicos para asociados inscritos

Seminarios

PE = COSTOS FIJOS x UNIDADES OFRECIDAS

$$\frac{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTOS VARIABLES}}{\text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

PE= \$4435000 x 100 (436 individuos cursos+ 100 individuos seminario)

$$\frac{1500000 - 1000000}{\text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

PE: 53 individuos realizando seminario estando asociados.

4.2.2. Condiciones de pago. Debe efectuarse en efectivo, para los que son socios con prospecto de empresarios, que manejen un producto desarrollado, se logra establecer un canje para lograr comercializar este producto y costear los costos de los servicios para que se continúe con el proyecto y evitar deserción de los mismos.

4.3. ESTRATEGIA DE PROMOCION.

4.3.1 Beneficios de ser asociado:

- Derecho a ingresar al plan Desarrollo Empresarial, el cual está acompañado de módulos los cuales perfeccionan la idea del negocio, producto, definición de nichos de mercado, estrategias de comunicación, diseño de marca.
- Ingreso a procesos de Seguimiento Profesional, acompañados con un poll de profesionales que logran obtener una reducción de costos fijos que permitirán un inicio de negocio satisfactorio y evitar las deserciones.
- Para los productos más atractivos se creara una marca donde esta los acogerá para su comercialización, permitiendo reducir costos y tiempo en procesos de comercialización.
- Derecho a asistir a las ferias de Fechas especiales comerciales.
- Descuento del 25% en la participación de cursos y seminarios.

4.3.2 Beneficios para los Usuarios.

4.3.2.1 Cursos Fechas especiales. La idea es diseñar estratégicamente las capacitaciones según las épocas del año; Esta estrategia garantiza que los participantes interesados en comercializar sus productos aumenten su flujo de caja ya que están preparados para afrontar las fechas especiales. La siguiente tabla nos da un pequeño ejemplo de ello.

Cuadro 5: Fechas estrategia y Fechas especiales.

FECHAS ESPECIALES			
Fecha realizacion cursos	Fecha comercial	Celebracion	Cursos a desarrollar
FEBRERO, MARZO Y ABRIL	MAYO	Dia de la madre	Bolsos, collares, bisuteria, joyeria, arreglos florales, pijamas, entre otros
ABRIL Y MAYO	JUNIO	Dia del padre	Billeteras, pijamas, tarjeteria, pintura
JUNIO Y JULIO	SEPTIEMBRE Y FEBRERO	Amor y amistad	Muñequeria, bisuteria, arreglos florales, cajas, moños, empaques.
AGOSTO Y SEPTIEMBRE	OCTUBRE	Halloween	Disfrases, adornos
OCTUBRE Y NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Navidad	Muñequeria, arreglos navideños, bordados, encajes, entre otros

Esta estrategia permitirá tener variedad de cursos en épocas pre-comercial, para que los participantes estén preparados para cada fecha especial, como complemento de esto se realizarán muestras artesanales en donde se permita comercializar todos los productos realizados elaborados por los afiliados de nuestra Cooperativa.

4.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

4.4.1 Objetivo general de la comunicación. Dar a conocer los servicios de la cooperativa a sociedad.

4.4.2 Objetivos específicos. Dar a conocer los servicios de Cooperativa Manos Activas, por medio de una estrategia de mercadeo directo, visitando los lugares de grupos de interés tales como iglesias, colegios, universidades, conjuntos residenciales, empresas entre otros.

4.4.3 **Slogan.** Trabajando por una Colombia activamente responsable.

4.4.4 Presupuesto. \$300.000

Cuadro 6: Presupuesto estrategia de comunicación

Presupuesto de Promocion				
	vaor unidad	unidad / hora	Total	detalle
impresión de bruchure	1000	100	100000	100 folletos
trasporte			80000	aux transporte
ejecutivo comercial	30000	4	120000	4 sabados cada uno a 30000
total			300000	

4.4.5 Visita al cliente. Se realizaran visitas a los grupos de interés llevándoles el Brochure acompañados de una beca que permite obtener el 50% de la primera matrícula para todos los que deseen participar de algunas de nuestros servicios, con el fin de conocer la metodología propuesta por la cooperativa.

4.4.6 Visita Objetivo: Podemos determinar que en Cali se han establecido 156 iglesias, aproximadamente 15000 colegios y 900 instituciones de educación superior, junto con nuestro colaborador Ejecutivo comercial se realizan las visitas paulatinamente a estas instituciones donde podremos presentar nuestro servicios plasmados en nuestro Brochure (Ver anexo D).

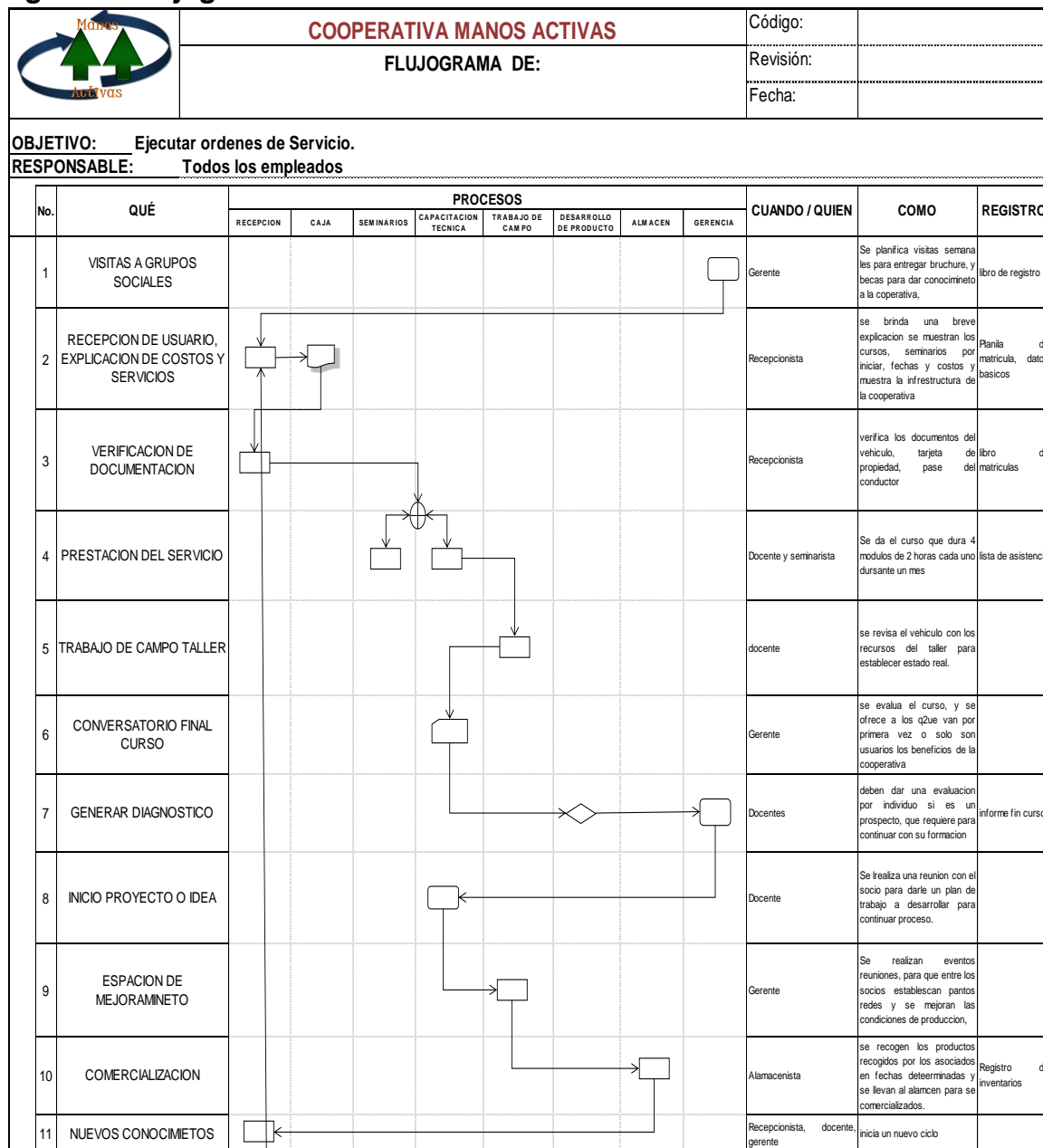
4.5. ESTRATEGIA DE SERVICIO

- Asesoría oportuna por parte de la recepción
- Seguimiento de los contenidos de los cursos
- Análisis de ejecución de cursos con encuestas al finalizar el curso
- Perfil de servicio de los servicios

4.6. Flujograma de procesos

Se realiza flujograma donde se presentan los pasos para realizar los procesos en la cooperativa Manos activas.

Figura 3: Flujoograma Manos Activas



5. ANÁLISIS TÉCNICO OPERATIVO -MODULO 3-

5.1. FICHA TECNICA DEL SERVICIO

Cuadro 8: ficha técnica.

FICHA TECNICA	
NOMBRE DE LA EMPRESA	MANOS ACTIVAS
Fecha de Inicio	Octubre de 2011
lugar de Residencia	Cali - Valle
naturaleza de la empresa	Servicios
Sector	Artesanias - Manualidades
Clientes	a Conseguir
Servicios que presta	Desarrollo del ser
	Formacion tecnica
	Desarrollo empresarial
	Comercializacion del producto.
	Seguimiento profesional
	Nuevos conocimeintos

5.2. PROCESO DEL SERVICIO

La cooperativa tiene una misión y es fortalecer habilidades de individuos que manejan manualidades de todo tipo, para esto se deben organizar capacitaciones en los diferentes artes y diferentes niveles, estas capacitaciones solo para procesos operativos y de calidad buscando mejores productos finales, pero la idea no es solo fortalecer estos temas tangibles sino los temas intangibles como el desarrollo del ser humano, también fomentar el espíritu empresarial, la responsabilidad social, entre otros temas de interés general que logran mejorar la calidad de vida del asociado. El proceso del servicio tiene las siguientes etapas. (Ver tabla 5).

- El cliente solicita algunas de las capacitaciones sea usuario o socio.
- Se realiza la capacitación dentro de las fechas determinadas para este fin.

- El último día de capacitación, la gerencia debe realizar una pequeña introducción de lo que es la cooperativa sus costos y beneficios entre diferentes características de la misma.
- Se atenderán casos puntuales donde se pretenda ampliar los conceptos y se tenga un interés particular.
- Si el usuario desea afiliarse a la cooperativa, se realiza una entrevista para conocer sus necesidades y expectativas a satisfacer, se crea carpeta para tener un conocimiento del socio y así lograr una enseñanza continua.
- Cada vez que se realice una capacitación que al socio le interese se envía vía correo electrónico la invitación a participar en dicha capacitación.
- Cada mes se realizaran seminarios de mejoramiento general en todos los ámbitos, a los cuales solo podrán participar lo socios.

5.3. LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

La cooperativa Manos Activas, pretende atender a la población caleña en general de estrato 2, 3 y 4, por ende la sede principal se ubicara en un barrio central de la ciudad de Cali con varios beneficios entre estos de fácil acceso y comodidad con todos los servicios domiciliarios como es agua, energía, alcantarillado, y líneas telefónicas, ventanales adecuados que garanticen la ventilación, por esta razón se elige el barrio San Fernando. El estimado de arriendo es de \$700.000.

El barrio San Fernando es un barrio tradicional de la ciudad de Cali el cual por sus años, existen casas con dimensiones importantes las cuales están siendo aprovechadas por instituciones que requieren un espacio muy amplio para brindar sus servicios.

5.4. INVERSIÓN

La inversión inicial para el funcionamiento de la cooperativa contempla los rubros de equipos, hardware, software, muebles, entre otros artículos que soportan la operación de la empresa, estos tendrían un valor inicial de \$2.380.000(ver tabla 9) Estos ítems se convierten en activos de la empresa y por ende representan el

patrimonio de la misma. La inversión total inicial es de \$25.000.000 detallados de la siguiente manera. Ver cuadro 9

Dentro de los gastos planteados están los muebles y enseres, y una proyección a tres meses de costos fijos siendo estos \$2.000.000 para gastos generales de oficina, \$2.946.914 (ver tabla 11) para sueldos empleados, 488.254 parafiscales, \$6.600.000 para costos variables de capacitadores.

Cuadro 8. Gastos inversión inicial.

MUEBLES Y ENSERES					
DESCRIPCION		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DESCRIPCION
Silla estandar interlocutor		24	50.000	1.200.000	Silla fabricada por el grupo roka - Dimensiones altura 80 cm ancho 49 cm altura centadera 42 cm
mesas reclinables		14	30.000	420.000	Prefabricada ala medida de largo 45 cm - ancho 150 cm -con patas de aluminio requinables- cotizacion en maderas Andrade cali.
escritorios de trabajo		3	100.000	300.000	Grupo roka - dimensiones 140 x 90 x 80 de altura
tableros acrilicos		2	80.000	160.000	Grupo roka - dimensiones 120cm x80cm x 9cm borrrable blanco con cuadrícula
silla escritorio		3	100.000	300.000	marca asuplir - silla operativa - 2 años de garantia
TOTAL				2.380.000	

5.5. CAPACIDAD DE OFERTA

La capacidad de oferta está supeditada por el número de cursos siendo que estos se dictan 6 días a la semana, tres veces a días, para cubrir un total de 18 cursos, estos se dictan en dos salones siendo la capacidad instalada de 36 cursos mes. Cada curso semipersonal tendrá capacidad máxima de 12 personas siendo la oferta total de 436 personas, para los seminarios se tiene previsto cupos limitados hasta de 100 participantes.

5.5.1 Horarios. Lunes a sábado –Cursos-

- 9:00 am a 11:00 am
- 2:00 pm a 4:00 am
- 6:30 am a 8:30 am

Seminarios:

Tercer sábado de cada mes.

6. ORGANIZACIÓN

6.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es importante conocer la estructura de la empresa, para ver si estas suple los requerimientos planteados al servicio de los asociados, por ende consideramos importante este módulo ya que permite considerar costos innecesarios al momento de la contratación de nuevo empleado, es importante considerar que esta estructura es inicialmente y cada 100 nuevos asociados se contratara un nuevo empleado para garantizar el servicio oportuno de los mismo, ya que estos nuevos asociados aportaran un valor total fijo de 1.000.000 mensuales.

Las actividades a desarrollar por los nuevos colaboradores se fijaran según requerimiento del área administrativa y la asamblea general.

6.1.1. Procesos. Cargos y Funciones*

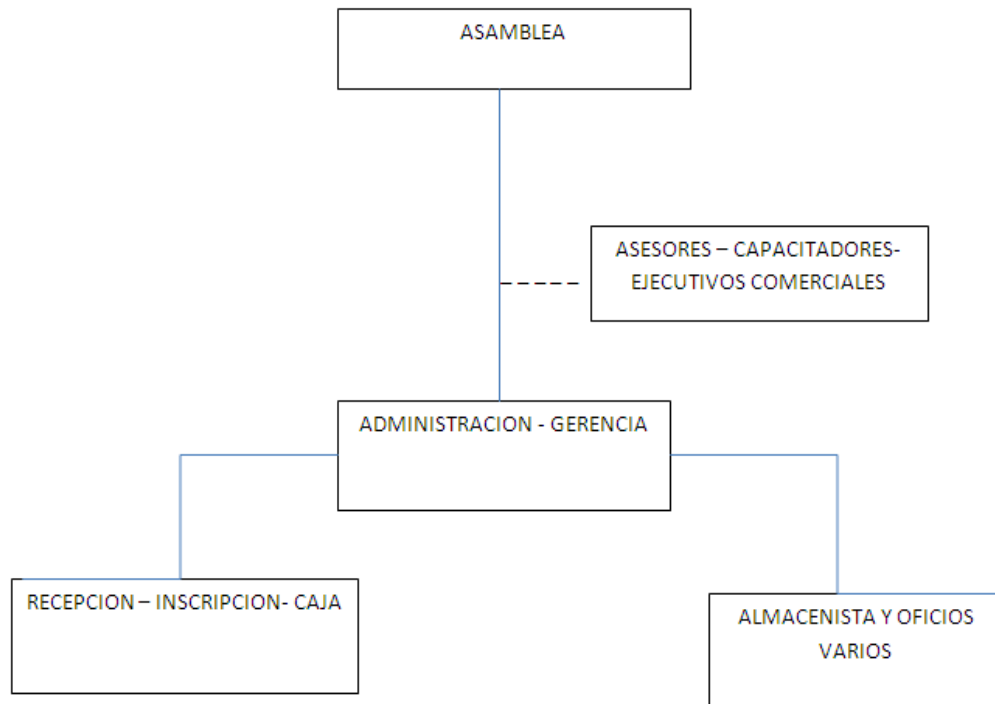
6.1.2. Organigrama (ver Figura 3)

La empresa cuenta con una asamblea de socios la cual es la que tomará las decisiones; como entes externos tendremos las asesorías profesionales y los capacitadores, un administración interna que se encargará de manejo, control, promoción y planificación de las actividades realizadas en la cooperativa, a nivel operativo se tendrá la recepcionista la cual tendrá funciones de receptora de formularios de inscripción y de secretaria y por último se tendrá un colaborador de funciones varias como aseo, mensajero entre otras.

Podemos determinar estos requerimientos inicialmente, según el crecimiento planificado cada año se aumentara un funcionario al área más requerida, esto sujeto al crecimiento, si este requerimiento es antes del año debe ser evaluado por la asamblea.

* Ver Anexo C. Modelo base de datos Freelance

Figura 4. Organigrama



6.2 GRUPO EMPRENDEDOR (INDIVIDUAL)

6.2.1 Perfil del emprendedor

El líder de este proyecto es JUAN MANUEL SINISTERRA CABRERA, estudiante de administración de empresas de la Universidad Autónoma de Occidente. La filosofía personal es el considerar que todos los que tienen la oportunidad de pasar por la universidad deben poner un grano de arena a la sociedad, esto es buscar ideas que mejoren el desarrollo de la economía y desarrollo social que permitan generar empleos, esta perspectiva la dio la experiencia laboral en varios sectores de la economía tanto comercial, financiero, turístico, vehicular, además la

capacitación recibida por la Escuela de emprendimiento de la Universidad Autónoma. Actualmente labora en el Banco de Occidente, experiencia que ha sido enriquecida por el aprendizaje con el trato con el cliente, por la importancia de la capacitación en los empleados, el manejo de clima laboral entre otros aspectos, esta experiencia también ha permitido el manejo financiero el cual es la mano derecha para los empresarios, aspectos que se deben conocer para lograr una mejor rentabilidad.

Funciones Recepcionista

- Atender personal y público en general.
- Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Recibir mensajes.
- Tratar en forma cortés al público en general
- Manejo de Caja principal.

Tareas

- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Anota en libros de control diario las llamadas efectuadas y recibidas por el personal y el tiempo empleado.
- Recibe la correspondencia y mensajes dirigidos a la unidad.
- Anota los mensajes dirigidos a las diferentes personas y secciones de la unidad.
- Entrega la correspondencia recibida a las diferentes personas y secciones, así como también los mensajes recibidos.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Realizar las funciones del vendedor atendiendo a los clientes, practicando las reglas de cortesía y sociabilidad que fueren necesarias.
- Conocer todos los productos que se ofertan en el punto de venta según corresponda al tipo de producto o servicio.
- Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.
- Solicitar adecuadamente al cliente la información referida y de acuerdo con esto cobrar en la moneda o formas de pagos autorizadas.

- Responder durante la jornada laboral por el fondo de cambio y la recaudación diaria tomando las medidas que garanticen la no existencia de sobrantes ni faltantes en la caja.
- Cumplir con las orientaciones que regulan las operaciones de la caja.

Funciones Almacenista – Oficios Varios

- Tener iniciativa.
- Atender personal y público en general.
- Expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés al público en general
- Organizar el almacén.
- Realizar cálculos numéricos.

Tareas

- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
- Conocer todos los productos que se ofertan en el punto de venta según corresponda al tipo de producto o servicio.
- Atender de forma eficiente las quejas y solicitudes de los clientes.
- Recibe y revisa materiales, repuestos, equipos, alimentos y otros suministros que ingresan al almacén.
- Verifica que las características de materiales, suministros que ingresan al almacén se correspondan con la requisición realizada y firma nota de entrega y devuelve copia al proveedor.
- Codifica la mercancía que ingresa al almacén y la registra en el archivo manual (kardex) y/o computarizado.
- Clasifica y organiza el material en el almacén a fin de garantizar su rápida localización.
- Elabora guías de despacho y órdenes de entrega y despacha la mercancía solicitada al almacén.
- Lleva el control de las salidas de mercancía en el almacén registrándolo en el archivo manual (kardex) y/o computarizado.
- Elabora inventarios parciales y periódicos en el almacén.

- Elabora saldos de mercancía que quedan en existencia e informa a su superior inmediato.
- Guarda y custodia la mercancía existente en el almacén.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

6.2.2 Contrato. Para los Colaboradores de Cooperativa Manos Activas existirán tres tipos distintos de contrato que aplicarán según el cargo y que varían en términos de duración: Término fijo, al destajo y Contrato ocasional de trabajo, esta división se emplea de la siguiente manera:

Tabla 1: Tipos de contratos

Tipo de contrato	Cargos
Término fijo	Área administrativa, recepción, almacenista
Al destajo	Docentes, seminaristas.
Contrato Ocasional	Contador.

Los contratos son escritos y se establece un documento en el cuál se dictan de manera puntual las responsabilidades y las funciones del empleado. Se determina para todos los empleados de la agencia un salario ordinario legalmente constituido (es decir reglamentado por la ley colombiana vigente, incluyendo prestaciones y acreencias laborales),⁷

6.3 GASTOS DE NÓMINA

Manos Activas liquidará los salarios a sus colaboradores mensualmente y estarán regidos por las leyes colombianas, estableciendo de esta manera el pago de

⁷ Consultado <<http://desarrollo-profesional.universia.es/mercado-laboral/convenios-contratos/tipos-contratos/>> consultado internet [en línea] Colombia 2011 [octubre de 2011]

prestaciones sociales, seguridad social y parafiscal. Se realizan en moneda local en su totalidad.

Para los cargos de docentes, estos deberán tener su seguridad social, y a su vez deberán tener Rut para la liquidación por prestación de servicios, se les pagara el 50% en el transcurso del curso y el restante 50% al su finalización ya que los cursos tienen duración aproximada de 1 mes.

La nómina mensual es la siguiente:

Cuadro 9: Gastos nómina.

RELACION DE CARGOS							
Cargo	Nº empleados	Salario	Aporte salud	Pension	ARP	Parafiscales	TOTAL
Gerente	1	1.000.000	85.000	116.200	7.000	90.000	1.298.200
Recepcionista	1	535.000	45.475	62.167	3.745	48.150	694.537
Almacenista	1	535.000	45.475	62.167	3.745	48.150	694.537
Toal	3	2.070.000	175.950	240.534	14.490	186.300	2.687.274

Cuadro 10: Prestaciones de ley

PRESTACIONES DE LEY						
Cargo	Nº Empleados	Casantias	intereses De Cesantías	Prima	Vacaciones	TOTAL
Gerente	1.200.000	99.960	12.000	99.960	46.188	258.108
Recepcionista - Caja	535.000	44.566	5.350	44.566	20.592	115.073
Almacenista - oficios varios	535.000	44.566	5.350	44.566	20.592	115.073
Total	2.270.000	189.091	22.700	189.091	87.372	488.254

Cuadro 11: Costo de mano de obra donde involucra gastos variables.

COSTO MANO DE OBRA						
		Valor Unitario	Participantes	Valor Total	Descripción	Ejemplo
Docente capacitación		8.333	12	100.000	varia según número de cursos	primer mes 15 cursos es igual a 1.500.000
seminarista		10.000	100	1.000.000	costo final	ejemplo primer seminario inscritos 50 y costo final 1000000

6.4 CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Es importante conocer que dentro de la cooperativa existe una Asamblea la cual es la encargada de tomar las decisiones legales de la misma, anualmente se debe elegir el grupo que conformara la Junta y el procedimiento es el siguiente.

- Elaboración e impresión de boletas de asistencia.
- Elaboración e impresión de boletas de votación.
- Control de asistencia.
- Conteo y control de votación.
- Reportes inmediatos de asistencia y de votación.

6.4.1 Tipo de sociedad. Es una **Cooperativa de consumo** para el fortalecimiento de todos los frentes desde técnico, pasando por jurídico y comercial, aprovechando los costos por número de participantes.

6.4.1.1 Marco jurídico general de la economía solidaria en Colombia

En La Constitución:

- Artículo 38: “Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad”.
- Artículo 58: “El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad”.

- Artículo 333: “El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial”.

6.4.1.2 Legislación vigente que regule la actividad económica. Gastos de constitución.

- Ley 79 de 1988: El objetivo fue dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental del cooperativismo
- Ley 454 de 1998: El objetivo fue determinar el marco conceptual de la Economía Solidaria, transformar el DANCOOP en DANSOCIAL, crear la SUPERSOLIDARIA y el FOGACOOOP y transformar el CONES.
- Decreto 1333 de 1989: PRECOOPERATIVAS
- Decreto 1480 de 1989: ASOCIACIONES MUTUALISTAS
- Decreto 1481 de 1989: FONDOS DE EMPLEADOS
- Decreto 1482 de 1989: ADMINISTRACIONES PUBLICAS COOPERATIVAS
- Decreto 468 de 1990: C. T. A.

Una cooperativa de consumo es un tipo de cooperativa cuyo fin es el de satisfacer las necesidades de sus socios, como la compra conjunta de determinados productos, la prestación de servicios personales, etc., ejerciendo su derecho a organizarse para autoabastecerse de material en las mejores condiciones posibles de calidad y precio.

6.5 SUPER INTENDENCIA DE LA ECONOMIA SOLIDARIA

La Superintendencia de la Economía Solidaria, en su carácter de autoridad técnica de supervisión desarrollará su gestión con los siguientes objetivos según el artículo 35 de la ley 454 del 4 de Agosto de 1998:

- Ejercer el control, inspección y vigilancia sobre las entidades que cobijan su acción para asegura el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias y de las normas contenidas en sus propios estatutos.
- Proteger los intereses de los asociados de las organizaciones de economía solidaria, de los terceros y de la comunidad en general.

- Velar por la preservación de la naturaleza jurídica de las entidades sometidas a su supervisión, para hacer prevalecer sus valores, principios y características esenciales.
- Vigilar la correcta aplicación de los recursos de estas entidades, así como la debida utilización de las ventajas normativas a ellas otorgadas.
- Supervisar el cumplimiento del propósito socio-económico no lucrativo que ha de guiar la organización y funcionamiento de las entidades vigiladas.

7. FINANCIERO

7.1. ESTADO FINANCIERO INICIAL

Cuadro 12. Estado financiero inicial

Balance General Inicial Cifras en pesos Cooperativa Manos Activas Nit.800.000.000-0			
Activos		Pasivos	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Disponible		Obligaciones Financieras	
Caja	11.620.000	Bancoomeva	5.833.333
Bancos	10.000.000		
		Total Pasivo Corriente	5.833.333
Inventarios		Pasivo No Corriente	
Insumos	1.000.000	Obligaciones Financieras LP	
		Bancoomeva	11.666.667
Total Activo Corriente	22.620.000	Total Pasivo No corriente	11.666.667
Activo No Corriente		Total Pasivo	
Propiedad Planta y equipo			17.500.000
Muebles y Enceres	2.380.000	Patrimonio	
		Capital Social	7.500.000
Total Activo No corriente	2.380.000	Total Patrimonio	7.500.000
Total Activos	25.000.000	Total Pasivo + Patrimonio	25.000.000

En el balance Inicial refleja los recursos con los cuales va iniciar el negocio, en otras palabras la inversión inicial de 25.000.000 (ver tabla 16), con los cuales se obtienen de un préstamo en el banco Bancoomeva por 17.500.000, 7.500.000 de capital propio, se utilizara en la compra y activos fijos e insumos de oficina; el

restante para financiar la actividad del negocio, como pago de nómina y otros gastos. Cabe resaltar que el préstamo esta neto sin intereses pues al momento de adquirir el préstamo se pactara una tasa vigente a la fecha.

El préstamo se clasifico en el primer año en los pasivos corrientes y el resto del saldo a los años siguientes en el no corriente, pues es un préstamo de 3 años.

7.2. INVERSIÓN INICIAL:

Cuadro 13. Inversión inicial

MUEBLES Y ENCERES			
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Silla estándar interlocutor	24	50.000	1.200.000
mesas reclinables	14	30.000	420.000
escritorios de trabajo	3	100.000	300.000
tableros acrílicos	2	80.000	160.000
silla escritorio	3	100.000	300.000
TOTAL			2.380.000
DEPRECIACION			
DEPRECIACION Año MUEBLE	3 AÑOS		\$ 583.333,33
DEPRECIACION MES MUEBLE	12 MESES		48.611
Computadores	2	1.000.000	2.000.000
DEPRECIACION Año COMPUTADOR	2.000.000	3 AÑOS	666.667
DEPRECIACION MES COMPUTADOR		12 MESES	55.556

Cuadro 15. Flujo de caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	valor inicial inversion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
saldos iniciales	0	21.620.000	24.445.352	27.030.979	29.353.447	31.389.954
aporte capital	7.500.000					
Préstamos	17.500.000					
capacitaciones/seminarios	0	92.543.419	94.394.288	96.282.173	98.207.817	100.171.973
TOTAL MONTO EN EFECTIVO	25.000.000	114.163.419	118.839.639	123.313.152	127.561.264	131.561.928
EGRESOS						
gastos operativos		-	-	-	-	-
compra de muebles	2380000		-	-		-
costos variables	1000000	33.530.224	34.033.178	34.543.675	35.061.830	35.587.758
gastos de administracion		20.400.000	21.420.000	22.526.700	23.728.541	25.034.803
nomina		24.840.000	25.212.600	25.590.789	25.974.651	26.364.271
prestaciones sociales		8.122.968	8.244.813	8.368.485	8.494.012	8.621.422
impuestos		2.824.875	2.898.070	2.930.056	2.912.276	2.834.117
saldo de efectivo	21.620.000	24.445.352	27.030.979	29.353.447	31.389.954	33.119.557

El flujo de caja refleja el valor de dinero disponible que realmente va estar en la compañía y con el cual cuento para realizar mi actividad de negocio y va aumentando en relación a las ventas por ser mi primera fuente de ingreso, la inversión inicial está constituida por capital propio y préstamo en el banco Bancoomeva que lo refleja el Balance General Inicial de la compañía.

7.3. GASTOS GENERALES

Cuadro 16. Gastos Generales

RELACION GASTOS GENERALES OFICINA			
descripcion	valor	Detalle	
Servicios publicos	300.000	energia, agua, telefono, alcantarillado, alumbrado publico, basuras entre otros	
servicios de celular	200.000	plan de operador celular	
vigilancia	200.000	vigilancia particular y privada	
papeleria	300.000	papel, bruchur, tarjetas, tinta de impresora, articulos varios de oficina	
TOTAL	1.000.000		

7.4. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 17. Estado de resultados primer año.

	Meses año 1												TOTAL AÑO 1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
VENTAS CAPTACACIONES	\$ 5.400.000	\$ 5.500.000	\$ 5.618.160	\$ 5.730.323	\$ 5.845.134	\$ 5.962.086	\$ 6.081.277	\$ 6.202.903	\$ 6.326.961	\$ 6.453.500	\$ 6.582.570	\$ 6.714.221	\$ 72.425.285
VENTAS SEMINARIOS	\$ 1.500.000	\$ 1.530.000	\$ 1.560.600	\$ 1.591.812	\$ 1.623.648	\$ 1.656.121	\$ 1.689.244	\$ 1.723.029	\$ 1.757.489	\$ 1.792.639	\$ 1.828.492	\$ 1.865.061	\$ 20.118.135
APORTES ASOCIADOS	\$ -	\$ 180.000	\$ 200.000	\$ 220.000	\$ 270.000	\$ 320.000	\$ 370.000	\$ 420.000	\$ 470.000	\$ 520.000	\$ 570.000	\$ 620.000	\$ 4.160.000
COSTO MANO DE OBRA	\$ 2.500.000	\$ 2.550.000	\$ 2.601.000	\$ 2.653.020	\$ 2.706.080	\$ 2.760.202	\$ 2.815.406	\$ 2.871.714	\$ 2.929.148	\$ 2.987.731	\$ 3.047.486	\$ 3.108.436	\$ 33.530.224
GASTOS DE ADMON													
Sueldos Empleados	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 2.070.000	\$ 24.840.000
Prestaciones Sociales	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 676.914	\$ 8.122.968
Gastos generales de oficina	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 48.611	\$ 583.333,33
Depreciación de computadores	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 55.556	\$ 666.667
Otros Gastos de administración	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 8.400.000
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 151.081	\$ 116.919	\$ 226.679	\$ 338.335	\$ 481.621	\$ 626.875	\$ 774.034	\$ 923.136	\$ 1.074.221	\$ 1.227.327	\$ 1.382.495	\$ 1.539.766	\$ 8.560.227
IMPUESTO	\$ 49.857	\$ 38.583	\$ 74.804	\$ 111.617	\$ 138.935	\$ 206.869	\$ 255.431	\$ 304.635	\$ 354.493	\$ 405.018	\$ 456.223	\$ 508.123	\$ 2.824.875
UTILIDAD NETA	\$ 101.224	\$ 78.336	\$ 151.875	\$ 226.717	\$ 322.686	\$ 420.006	\$ 518.603	\$ 618.501	\$ 719.728	\$ 822.309	\$ 926.272	\$ 1.031.643	\$ 5.735.352

Cuadro 18: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A 5 AÑOS

		TOTAL AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS CAPACITACIONES		\$ 72.425.285	\$ 73.873.790	\$ 75.351.266	\$ 76.858.291	\$ 78.395.457
VENTAS SEMINARIOS		\$ 20.118.135	\$ 20.520.497	\$ 20.930.907	\$ 21.349.525	\$ 21.776.516
APORTES ASOCIADOS		\$ 4.160.000	\$ 4.760.000	\$ 5.360.000	\$ 5.960.000	\$ 6.560.000
COSTO MANO DE OBRA	Mas	\$ 33.530.224	\$ 34.033.178	\$ 34.543.675	\$ 35.061.830	\$ 35.587.758
GASTOS DE ADMON						
Sueldos Empleados		\$ 24.840.000	\$ 25.212.600	\$ 25.590.789	\$ 25.974.651	\$ 26.364.271
Prestaciones Sociales		\$ 8.122.968	\$ 8.244.813	\$ 8.368.485	\$ 8.494.012	\$ 8.621.422
Gastos generales de oficina		\$ 12.000.000	\$ 12.180.000	\$ 12.362.700	\$ 12.548.141	\$ 12.736.363
Depreciación de Muebles y Enseres		\$ 583.333,33	\$ 595.000	\$ 606.900	\$ 619.038	\$ 631.419
Depreciación de computadores		\$ 666.667	\$ 866.667	\$ 1.126.667	\$ 1.464.667	\$ 1.904.067
Otros Gastos de administración		\$ 8.400.000	\$ 9.240.000	\$ 10.164.000	\$ 11.180.400	\$ 12.298.440
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 8.560.227	\$ 8.782.031	\$ 8.878.958	\$ 8.825.078	\$ 8.588.234
IMPUESTO		\$ 2.824.875	\$ 2.898.070	\$ 2.930.056	\$ 2.912.276	\$ 2.834.117
UTILIDAD NETA		\$ 5.735.352	\$ 5.883.961	\$ 5.948.902	\$ 5.912.802	\$ 5.754.117

8. IMPACTO DEL PROYECTO

El proyecto tendrá un impacto de modo relevante a nivel social y económico, puesto que este proyecto busca el completamiento necesario para activar la economía de tal forma que logra un gran impacto para la sociedad y el sector económico al cual pertenece.

CAPACITACION + HABILIDAD = FORMALIZACION EMPRESARIAL

- Generación de empleo responsable
- Movimiento de la economía (al existir más empresas, se mueven proveedores, materias primas, transporte, alimentación entre otros)
- Capacitación técnica permite productos finales de calidad.
- Crecimiento personal y social.
- Incremento recursos estatales a través de impuestos.
- Seguridad social para socios emprendedores y sus familias.
- Incremento de los conocimientos y actualización de estos, lo que permite mayor autoconfianza y mejoramiento de la producción.

9 CONCLUSIONES

Hoy nuestra sociedad tiene un concepto errado de la educación, se considera que esta se limita solo recibir una charla con verificación de asistencia y que se cumplan unas horas y lograr obtener una certificación donde se asegure que se realizó, pero no se está garantizando el aprendizaje de lo recibido, por esta razón consideramos que el modelo educativo debe de trascender a un modelo de mejoramiento continuo que cada vez que se recibe un servicio de capacitación se obtenga un nuevo conocimiento, y que sea de forma avanzada, este modelo propuesto para mejoramiento de técnicas y desarrollo de habilidades con las manos de forma cíclica permitiendo el avance de forma consecutiva. Por otra parte los servicios de educación se han vuelto negocio, para lo cual ha cambiado su filosofía de generar una responsabilidad por lo que se enseña por los contenidos, por los docentes entre otras situaciones que generan conocimientos a medias, ocasionando que los usuarios no generen conocimientos.

Considero importante que los modelos de educación deben ir acompañados de un espacio práctico que permita la aplicación de lo aprendido, y generar el interés por continuar aprendiendo temas que nos lleven a ser mejores individuos. De este modo capacitaciones que conlleven a generar nuevos empresarios serán impulsores de estos mismos con una responsabilidad social en mente, generadores de buenas acciones para los mercados.

Por otra parte los modelos cooperativos buscan la disminución de esfuerzos para los participantes buscando una optimización de los mismos siendo potencializados de nuevos proyectos e ideas, la filosofía de las cooperativas de consumo son parecidas a las de las redes las cuales permiten un acoplamiento en busca de ser competitivos en el mercado buscando una introducción al mismo.

El sector de las artesanías y manualidades está requiriendo espacios de capacitaciones adecuado, donde se puedan desarrollar productos de alta calidad y de optimización adecuada, un lugar donde se puedan generar nuevas ideas,

proyectos comercialmente activos, además consideramos que los espacio de desarrollo tanto técnico como del ser, son necesarios para lograr captar las oportunidades del mercado.

El desarrollo de la tesis modalidad creación de empresas me permitió reforzar temas aducidos anteriormente en las aulas de clase de la Universidad Autónoma de Occidente y aprender nuevos conocimientos relacionados (legislación, análisis de mercados, cooperativismo, entre otros) generando un aprendizaje efectivo.

A nivel social disminuir la informalidad permite encontrar solución a muchos problemas sociales como el mejoramiento urbanístico de la ciudades, pago de prestaciones sociales a los colaboradores, salarios justos y a nivel económico problemas como el desempleo, evasión de impuestos, ingresar al mundo financiero, entre otros, serán gestoras de un mejor país, así estas iniciativas tendrán mayores oportunidades tanto a nivel local, nacional e internacional.

Consideramos que en nuestro país existen ideas, proyectos e iniciativas que no han sido desarrolladas por la falta de apoyo del estado en las políticas para la obtención de recursos, gastos de inscripción a nuevas empresas, la capacitación de los individuos y en el difícil ingreso al sector crediticio colombiano. Por otra parte la falta de seguimiento profesional a las iniciativas no permite tener un conocimiento real de las mismas. Por estas razones creemos que la Cooperativa Manos Activas será promotora de muchos proyectos que a futuro serán empresas responsablemente activas.

10. RECOMENDACIONES

Los clientes se beneficiarán al utilizar los servicios de la cooperativa Manos Activas pues es un servicio activo, tendrá excelente atención y siempre en busca de dar solución a las necesidades.

Es importante para la cooperativa Manos Activas el seguimiento del mercado para conocer los requerimientos, cambios de tendencias, conocimientos de nuevas técnicas.

Se debe tener un plan específico para los eventos los cuales serán en la modalidad de práctica comercial, siendo trabajo de campo, esto generara flujo de caja para los participantes.

BIBLIOGRAFÍA

ALBOUKREK, Aarón; FUENTES, Gloria. Diccionario sinónimo y antónimo e ideas afines. 1ra ed. México: Larousse. 2006. 375 p.

DAVILA, Carlos. Teorías Organizacionales y administrativas. 1ra ed. Colombia. Mc Graw Hill. 1985. 235 p.

DAVIS, Keith. El comportamiento humano en el trabajo. 6ta ed. México. Mc Graw Hill. 1983. 622 p.

Descripción de economía social [en línea] economía social en España: Colombia. Juanmago. 2011 [consultado septiembre 2010] Disponible en internet: <http://juanmago.com/2010/09/27/economia-social-en-espana/>

Estructura del cooperativismo [en línea] Colombia: .Juan Fernando Alvares. 2011 [consultado septiembre 2011] Disponible en internet: http://www.tau.org.ar/upload/89f0c2b656ca02ff45ef61a4f2e5bf24/Estructura_del_sector_cooperativo_y_la_economia_solidaria_en_Colombia.pdf

Estudio de la informalidad en la ciudad de Cali [en línea]: informalidad laboral en el área metropolitana de Cali. Cali: eumed, 2011[consultado en julio de 2011. Disponible en internet: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/Informal.PDF>

GOMEZ MEJIA, Luis R; BALKIN, David B. Administración. 1ra ed. España: Mc Graw Hill. 2003. 434 p.

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar. Metodología de investigación. 3ra ed. México: mc Graw Hill. 2004. 89 p.

Historia de la cooperativas [en línea]: Análisis de diferentes temas históricos Colombia: Coopecas. 2011 [consultado en junio 2011] Disponible en internet: <http://asesoria.obolog.com/historia-cooperativismo-167104>

Historia del cooperativismo [en línea] Colombia: beta xiletas. 2009 [consultado en septiembre 2011] <http://www.xuletas.es/ficha/historia-de-la-cooperativas/>

INFANTE VILLAREAL, Arturo. Evaluación financiera de proyectos de inversión. 9na ed. Colombia: Norma. 1993. 400 p.

JOHNSON, Robert. Administración financiera. 5ta Ed. México: Compañía editorial continental S.A. 1981. 723 p.

NIETO, Carlos. Cartilla laboral y Seguridad Social. 1ra ed. Colombia. Nueva legislación Ltda. 2007. 428 p.

Pensamientos varios [en línea] Colombia: contenidos Freelance. 2011 [consultado mayo 2011] disponible en internet: http://www.contenidosfreelance.com/economiayempleo/economia_latinoamerica/la_importancia_del_cooperativismo_en_colombia.php

Símbolos del cooperativismo [en línea]: Colombia: Wikipedia. 2011 [consultado septiembre 2011] Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADmbolos_del_cooperativismo

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. Metodología formal de la investigación científica. Primera ed. Colombia. Comex S.A. 1977. 163 p.

VARELA, Rodrigo. Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas. 3 ed. Colombia: Pearson Prentice Hall. 2008. 646 p.

ANEXOS

ANEXO A. CARGOS Y FUNCIONES

COOPERATIVA MANOS ACTIVAS	4.1.1 ALMACENISTA	4.1.1.1.1 PRO: JT: 001
		VERSIÓN Nº 1
		FECHA ELABORACIÓN:
		FECHA DE PUBLICACION:
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
JUAN MANUEL SINISTERRA		
OBJETIVOS	Recepción de dineros, manejo de inventario almacén. Manejo de inventarios y pedidos.	
ESTRUCTURA JERARQUICA	Gerente general	
PROCESO	Recibir facturas de pagos y expedir recibos, este debe pasar a la recepción para legalizar la matricula del asociado o usuario	
PROCEDIMIENTOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verificar factura debe estar completamente diligenciada 2. Realizar inventario cada mes. 3. Recepción de productos y verificación de los mismo 4. Despacho de productos. 5. Realizar pedidos. 	
NORMAS	<ul style="list-style-type: none"> • No puede haber más de 40000 pesos en caja. 	
POLITICA		

COOPERATIVA MANOS ACTIVAS	4.1.2 PROCEDIMIENTO ASISTENTE DE RECEPCION	4.1.2.1.1 PRO: AR: 001
		VERSIÓN N° 1
		FECHA ELABORACIÓN:
		FECHA DE PUBLICACION:
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
JUAN MANUEL SINISTERRA		
OBJETIVOS	Recepción de socios y usuarios, controlar el acceso y salida, inscripción, matriculas, telemarketing, información	
ESTRUCTURA JERARQUICA	Gerencia general.	
PROCESO	Dar información de las actividades de la cooperativa, realizar matricular a las capacitaciones y eventos que realiza la cooperativa, contestar el teléfono, realizar verificación de cursos, contactar docentes.	
PROCEDIMIENTOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de solicitud de matricula 2. Revisión agenda cursos mes 3. Archivar solicitud en carpeta asociado 4. Realizar recibo de pago 5. Dar de baja a cupo del curso. 6. Solicitar al socio que pase a caja. 	

NORMAS	<ul style="list-style-type: none"> • Toda solicitud de matrícula debe quedar archivada. • No debe entrar a los cursos personas sin cancelar.
POLITICAS	

ANEXO B-**ENCUESTA – APLICADA EL DIA 12 DE NOVIEMBRE**

Sexo M ____ F ____ Ocupación _____

Rango de Edad: Menos de 25 ____ 26 a 35 ____ 36 a 45 ____ 46 a 55 ____ Más de 56 años ____

Barrio: _____ Estrato : _____

Teléfono: _____ E- mail: _____

1 - Desarrolla alguna actividad artística o de manualidades?

SI ____ CUAL _____ NO ____

2- Ha realizado algún curso que le permita desarrollar habilidades artísticas y o manualidades

SI ____ CUAL _____ NO ____ Porque _____

3- El medio más oportuno para enterarse y llevar a cabo un curso arte o de manualidades sería:

A Empresa privada (Rómulo montes, la caleñita) ____

C Empresa o fondo de empleados ____

D Fundaciones independiente ____

B Cajas de compensación familiar ____

E Clases particulares ____

4- ¿Cuánto estaría dispuestos a pagar por este tipo de cursos?

(Estime una duración Máxima de 8 horas)

A menos de 20.000 ____

C entre 40.000 y 60.000 ____

B entre 20.000 y 40.000 ____

D más de 60.000 ____

5- Siendo 1 poco importante y 5 muy importante. Evalúe los siguientes aspectos teniendo en cuenta sus criterios en el momento de tomar uno de estos cursos.

A Empresa o entidad que lo ofrece ____

E Precio ____

B Calidad del docente ____

F Seguimiento a lo aprendido ____

C Cantidad de estudiantes por cursos ____

G Aplicación práctica de la teoría. ____

D Infraestructura ____

6- ¿Qué medio de comunicación le parece más apropiado para promocionar este tipo de cursos?.

A Correo Electrónico ____

D Revistas ____

B Correo Directo ____

E Diario ____

C Tele mercadeo ____

ANEXO C			
Tabulación de encuesta (Ver Anexo B)			
Sexo	Mujeres	100	100%
	Hombres	0	0%
Ocupación	amas de casa	58	58%
	comerciante	28	28%
	empleado	14	14%
Barrio	el limonar	10	10%
	el jardín	8	8%
	Miraflores	7	7%
	siete de agosto	5	5%
	alfonso lopez	5	5%
	floraría	5	5%
	los andes	5	5%
	chanpagna	5	5%
	san Bosco	5	5%
	Colseguros	5	5%
	el recuerdo	3	3%
	gran Colombia	3	3%
	Brisas de los álamos	3	3%
	cedro	3	3%
	santa Elena	3	3%
	villa del sol	3	3%
	libertadores	3	3%
	san Fernando	3	3%
	álamos	3	3%
	la base	2	2%
	san Vicente	2	2%
	manzanares	2	2%
	alcanzares	2	2%
	fonaviemcali	2	2%
	calimio	2	2%
	barranquilla	1	1%
Estrato	2	80	80%
	3	10	10%
	4	10	10%

Pregunta 1	Si	72	72%
	Bordados	20	27,78%
	Costura	8	11,11%
	Pintura	7	9,72%
	Muñequería	14	19,44%
	Bisutería	23	31,94%
	No	28	28%
Pregunta 2	Si	78	78%
	Muñequería	10	12,82%
	bisutería	27	34,62%
	decoración	13	16,67%
	bordados	22	28,21%
	tarjetería	6	7,69%
	No	22	
	no tiene tiempo	9	0,40909091
	muy costosos	7	0,31818182
	no se tiene habilidades	1	0,04545455
	capital para materiales	3	0,13636364
	no respondió	2	0,09090909
Pregunta 3	A	66	66%
	B	24	24%
	C	12	12%
	D	0	0%
	E	0	0%
Pregunta 4	A	27	27%
	B	63	63%
	C	10	10%
	D	0	0%
Pregunta 5	A	3	
	B	4.8	
	C	4.5	
	D	4.3	
	E	5	
	F	4.2	

	G	4.1	
Pregunta 6	A	52	52%
	B	38	38%
	C	0	0%
	D	10	10%
	E	0	0%

Anexo D. BROCHURE

COOPERATIVA MANOS ACTIVAS

SERVICIOS DE CAPACITACIONES

Cursos basados en mejoramiento de la técnica base, para el desarrollo de productos de calidad, con docentes con experiencia.

- Encaje de brujas
- Bordado en cintas
- Bordado en pedrería
- Flores armadas
- Frivolite – franja de nudos
- Crochet
- Flores y mariposas en alambres
- Decoración con globos
- Monos y empaques
- Pintura en tela
- Bordado liquido
- Pirograbado, transfer
- Mariposa en media y velo
- Hadas y arlequines
- Encolados y ángeles
- Flor del borrachero
- Falso patchwork
- Bolsos en tela
- Bolsos en fique
- Bolsos tejidos
- Bolsos crochet
- Bolsos cuero
- Bolsos unidos tejidos en crochet
- Bolsos tejidos wayuu
- Muñequería
- Almohadones
- Almohadas relajantes
- Muñecos navideños
- Portales navideños
- Coreas tejidas
- Macramé
- Decoración
- Bisutería
- Mantiles country
- Técnica macramé
- Técnica crochet
- Técnica telar
- Tejido en dos agujas
- Tejidos artesanales
- Tejido en perlas
- Telar Páez
- Bisutera
- Óleo sobre lienzo
- Porcelanicon
- Bordado brasilero
- Bordado en cinta
- Bordado en pedrería
- Bordado noruego
- Bordado handarger
- Bordado tradicional
- Bordado yugoslavo
- Calado en cinta
- Bordado hindú
- Bordado loco
- Huevos decorativos
- Técnicas en madera
- Pinceladas
- Falso vitral
- Decoración fiestas infantiles
- Flores en acetato
- Tarjetería troquelada
- Cajas /Moños /Empaques
- Floristería natural

HORARIOS

DE LUNES A SABADO

900 AM a 1100 AM

200 PM a 400 PM

630 PM a 830 PM

COSTO \$40.000 no asociado /\$20.000 asociado

SEMINARIOS

- Ventas exitosas
- Arte de la oratoria
- Liderazgo efectivo
- Trabajo en equipo
- Estrategias de negociación
- Pnl
- Marketing para no profesionales
- Responsabilidad social empresarial
- Clima laboral
- Manejo de conflictos
- Couchin
- Autoconfianza
- Creación de empresa
- Empresario
- Entre otros

Dictados el tercer sábado de cada mes.

*COSTOS \$ 100.000 para no asociados/
50.000 para asociados*

BENEFICIOS DE LOS AFILIADOS

- a. Invitación a eventos de promoción de los productos de la cooperativa.
- b. Plan de creación de negocio continuo que permite tener asesoría profesional en todos los ámbitos.

c. Disponibilidad de asesoría con el grupo de profesionales en todas las ramas.

d. Tener vinculación directa con la marca de la cooperativa.

e. Participación de todos los eventos de la cooperativa.

f. Costos de mayorías al detal.

¡Esperamos tu visita, para que unidos hagamos un mejor país!

ANEXO E EVOLUCIÓN DE LAS COOPERATIVAS EN COLOMBIA.

AÑO	No. ENTIDADES	ACTIVOS	PASIVOS	PATRIMONIO	INGRESOS	EXCEDENTES	ASOCIADOS	EMPLEADOS
2000	3.472	4.772.886	2.466.781	2.306.105	5.790.995	180.401	2.439.122	51.085
2001	3.517	6.034.635	3.476.196	2.558.440	6.628.317	220.866	1.617.898	55.530
2002	4.195	8.174.549	4.868.028	3.306.521	9.357.078	264.639	2.430.649	69.030
2003	5.107	9.492.518	5.650.645	3.841.873	11.557.137	305.381	2.602.146	80.987
2004	5.931	10.755.077	6.326.423	4.431.450	13.198.504	292.786	3.024.101	93.945
2005	6.462	12.467.475	7.406.841	5.066.830	14.945.484	294.540	3.305.433	107.986
2006	6.877	13.857.713	8.080.137	5.777.576	17.205.682	349.919	3.682.496	114.924
2007	7.349	16.871.647	10.255.902	6.615.896	20.230.356	373.914	4.020.334	111.951
2008	7.833	19.372.178	11.722.624	7.649.554	22.583.734	393.217	4.473.514	123.643
2009	8.124	21.200.500	12.856.786	8.343.715	24.529.649	384.487	4.821.763	137.888

Fuente: SIAC Confecoop, Superfinanciera, Supervigilancia, Superservicios, Saludcoop, Acemi, Gestar Salud.

ANEXO F LOGO



ANEXO G

Decreto 2649 de 1993

(Diciembre 29)

Por el cual se reglamenta la contabilidad en general y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia

El Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de las facultades que le otorga el numeral 11, artículo 189, de la Constitución Política de Colombia,

DECRETA:

TITULO PRIMERO

Marco conceptual de la contabilidad

CAPITULO I

De los principios de contabilidad generalmente aceptados

Art. 1o. Definición. De conformidad con el artículo 68 de la Ley 43 de 1990, se entiende por principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia, el conjunto de conceptos básicos y de reglas que deben ser observados al registrar e informar contablemente sobre los asuntos y actividades de personas naturales o jurídicas.

Apoyándose en ellos, la contabilidad permite identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar e informar, las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna.

Art. 2o. Ámbito de aplicación. El presente decreto debe ser aplicado por todas las personas que de acuerdo con la ley estén obligadas a llevar contabilidad.

Su aplicación es necesaria también para quienes sin estar obligados a llevar contabilidad, pretendan hacerla valer como prueba.

CAPITULO II

Objetivos y cualidades de la información contable

Art. 3o. Objetivos básicos. La información contable debe servir fundamentalmente para:

1. Conocer y demostrar los recursos controlados por un ente económico, las obligaciones que tenga de transferir recursos a otros entes, los cambios que hubieren experimentado tales recursos y el resultado obtenido en el período.
2. Predecir flujos de efectivo.
3. Apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios.
4. Tomar decisiones en materia de inversiones y crédito.
5. Evaluar la gestión de los administradores del ente económico.
6. Ejercer control sobre las operaciones del ente económico.
7. Fundamentar la determinación de cargas tributarias, precios y tarifas.
8. Ayudar a la conformación de la información estadística nacional, y
9. Contribuir a la evaluación del beneficio o impacto social que la actividad económica de un ente represente para la comunidad.

Art. 4o. Cualidades de la información contable. Para poder satisfacer adecuadamente sus objetivos, la información contable debe ser comprensible y útil. En ciertos casos se requiere, además, que la información sea comparable.

La información es comprensible cuando es clara y fácil de entender.

La información es útil cuando es pertinente y confiable.

La información es pertinente cuando posee valor de realimentación, valor de predicción y es oportuna.

La información es confiable cuando es neutral, verificable y en la medida en la cual represente fielmente los hechos económicos.

La información es comparable cuando ha sido preparada sobre bases uniformes.

Art. 5o. Definición. Las normas básicas son el conjunto de postulados, conceptos y limitaciones, que fundamentan y circunscriben la información contable, con el fin de que esta goce de las cualidades indicadas en el artículo anterior.

Art. 6o. Ente económico. El ente económico es la empresa, esto es, la actividad económica organizada como una unidad, respecto de la cual se predica el control de los recursos. El ente debe ser definido e identificado en forma tal que se distinga de otros entes.

Art. 7o. Continuidad. Los recursos y hechos económicos deben contabilizarse y revelarse teniendo en cuenta si el ente económico continuara o no funcionando normalmente en períodos futuros. En caso de que el ente económico no vaya a continuar en marcha, la información contable así deberá expresarlo.

Al evaluar la continuidad de un ente económico debe tenerse en cuenta que asuntos tales como los que se señalan a continuación, pueden indicar que el ente económico no continuara funcionando normalmente:

1. Tendencias negativas (pérdidas recurrentes, deficiencias de capital de trabajo, flujos de efectivo negativos).
2. Indicios de posibles dificultades financieras (incumplimiento de obligaciones, problemas de acceso al crédito, refinanciaciones, venta de activos importantes) y,
3. Otras situaciones internas o externas (restricciones jurídicas a la posibilidad de operar, huelgas, catástrofes naturales).

Art. 8o. Unidad de medida. Los diferentes recursos y hechos económicos deben reconocerse en una misma unidad de medida.

Por regla general se debe utilizar como unidad de medida la moneda funcional.

La moneda funcional es el signo monetario del medio económico en el cual el ente principalmente obtiene y usa efectivo.

CAPITULO III

Normas Básicas

Art. 9o. Período. El ente económico debe preparar y difundir periódicamente estados financieros, durante su existencia.

Los cortes respectivos deben definirse previamente, de acuerdo con las normas legales y en consideración al ciclo de las operaciones.

Por lo menos una vez al año, con corte al 31 de diciembre, el ente económico debe emitir estados financieros de propósito general.

Art. 10. Valuación o medición. Tanto los recursos como los hechos económicos que los afecten deben ser apropiadamente cuantificados en términos de la unidad de medida.

Con sujeción a las normas técnicas, son criterios de medición aceptados el valor histórico, el valor actual, el valor de realización y el valor presente.

Valor o costo histórico es el que representa el importe original consumido u obtenido en efectivo, o en su equivalente, en el momento de realización de un hecho económico. Con arreglo a lo previsto en este decreto, dicho importe debe ser reexpresado para reconocer el efecto ocasionado por las variaciones en el poder adquisitivo de la moneda.

Valor actual o de reposición es el que representa el importe en efectivo, o en su equivalente, que se consumiría para reponer un activo o se requeriría para liquidar una obligación, en el momento actual.

Va de realización o de mercado es el que representa el importe en efectivo, o en su equivalente, en que se espera sea convertido un activo o liquidado un pasivo,

en el curso normal de los negocios. Se entiende por valor neto de realización el que resulta de deducir del valor de mercado los gastos directamente imputables a la conversión del activo o a la liquidación del pasivo, tales como comisiones, impuestos, transporte y empaque.

Valor presente o descontado es el que representa el importe actual de las entradas o salidas netas en efectivo, o en su equivalente, que generaría un activo o un pasivo, una vez hecho el descuento de su valor futuro a la tasa pactada o, a falta de esta, a la tasa efectiva promedio de captación de los bancos y corporaciones financieras para la expedición de certificados de depósito a término con un plazo de 90 días (DTF), la cual es certificada periódicamente por el Banco de la República.

Art. 11. Esencia sobre forma. Los recursos y hechos económicos deben ser reconocidos y revelados de acuerdo con su esencia o realidad económica y no únicamente en su forma legal.

Cuando en virtud de una norma superior, los hechos económicos no puedan ser reconocidos de acuerdo con su esencia, en notas a los estados financieros se debe indicar el efecto ocasionado por el cumplimiento de aquella disposición sobre la situación financiera y los resultados del ejercicio.

Art. 12. Realización. Solo pueden reconocerse hechos económicos realizados. Se entiende que un hecho económico se ha realizado cuando quiera que pueda comprobarse que, como consecuencia de transacciones o eventos pasados, internos o externos, el ente económico tiene o tendrá un beneficio o un sacrificio económico, o ha experimentado un cambio en sus recursos, en uno y otro caso razonablemente cuantificables.

Art. 13. Asociación. Se deben asociar con los ingresos devengados en cada período los costos y gastos incurridos para producir tales ingresos, registrando unos y otros simultáneamente en las cuentas de resultados.

Cuando una partida no se pueda asociar con un ingreso, costo o gasto, correlativo y se concluya que no generara beneficios o sacrificios económicos en otros períodos, debe registrarse en las cuentas de resultados en el período corriente.

Art. 14. Mantenimiento del patrimonio. Se entiende que un ente económico obtiene utilidad, o excedentes, en un período únicamente después de que su patrimonio al inicio del mismo, excluidas las transferencias de recursos a otros entes realizadas conforme a la ley, haya sido mantenido o recuperado. Esta evaluación puede hacerse respecto del patrimonio financiero (aportado) o del patrimonio físico (operativo).

Salvo que normas superiores exijan otra cosa, la utilidad, o excedente, se establece respecto del patrimonio financiero debidamente actualizado para reflejar el efecto de la inflación.

Art. 15. Revelación plena. El ente económico debe informar en forma completa, aunque resumida, todo aquello que sea necesario para comprender y evaluar correctamente su situación financiera, los cambios que esta hubiere experimentado, los cambios en el patrimonio, el resultado de sus operaciones y su capacidad para generar flujos futuros de efectivo.

La norma de revelación plena se satisface a través de los estados financieros de propósito general, de las notas a los estados financieros, de información suplementaria y de otros informes, tales como el informe de los administradores sobre la situación económica y financiera del ente y sobre lo adecuado de su control interno.

También contribuyen a ese propósito los dictámenes o informes emitidos por personas legalmente habilitadas para ello que hubieren examinado la información con sujeción a las normas de auditoría generalmente aceptadas.

Art. 16. Importancia relativa o materialidad. El reconocimiento y presentación de los hechos económicos debe hacerse de acuerdo con su importancia relativa.

Un hecho económico es material cuando, debido a su naturaleza o cuantía, su conocimiento o desconocimiento, teniendo en cuenta las circunstancias que lo rodean, puede alterar significativamente las decisiones económicas de los usuarios de la información.

Al preparar estados financieros, la materialidad se debe determinar con relación al activo total, al activo corriente, al pasivo total, al pasivo corriente, al capital de trabajo, al patrimonio o a los resultados del ejercicio, según corresponda.

Art. 17. Prudencia. Cuando quiera que existan dificultades para medir de manera confiable y verificarle un hecho económico realizado, se debe optar por registrar la alternativa que tenga menos probabilidades de sobreestimar los activos y los ingresos, o de subestimar los pasivos y los gastos.

Art. 18. Características y prácticas de cada actividad. Procurando en todo caso la satisfacción de las cualidades de la información, la contabilidad debe diseñarse teniendo en cuenta las limitaciones razonablemente impuestas por las características y prácticas de cada actividad, tales como la naturaleza de sus operaciones, su ubicación geográfica, su desarrollo social, económico y tecnológico.